



جامعة الأزهر - غزة

الدراسات العليا

كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

قسم العلوم السياسية

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية

بعنوان

وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي 2006 - 2009م

(دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات قطاع غزة)

**Palestinian Media and its impact on the political division
2006 – 2009**

(A field study on a sample of university students in the Gaza Strip)

إعداد الباحثة

أمل عبد الهادي أحمد طومان

إشراف

أ. د. رياض العيلة

2010م

جامعة الأزهر - غزة

عمادة الدراسات العليا

والبحوث العلمي

كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

برنامج العلوم السياسية

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناء على موافقة عمادة الدراسات العليا بجامعة الأزهر بغزة على تشكيل لجنة الحكم والمناقشة على أطروحة الطالبة: أمل عبدالهادي أحمد طومان، المقدمة لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية لنيل درجة الماجستير في العلوم السياسية وعنوانها:

وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي 2006-2009م

"دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات قطاع غزة"

والمكونة من السادة الأساتذة:

مشرفاً ورئيساً

الأستاذ الدكتور: رياض العيلة

مناقشاً داخلياً

الدكتور: أيمن شاهين

مناقشاً خارجياً

الأستاذ الدكتور: محمد النيرب

وقد تمت المناقشة العلنية يوم الاثنين الموافق 7 / 6 / 2010 م.

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الطالبة: أمل عبدالهادي أحمد طومان، درجة الماجستير في العلوم السياسية.

توقيع أعضاء لجنة الحكم والمناقشة:

.....

أ. د. رياض العيلة

.....

د. أيمن شاهين

.....

أ. د. محمد النيرب

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قُلْ هَلْ يَسْتَوِي
الْكَاثِبُ بِالْعَمَلِ
وَالصَّادِقُ
بِالْعَمَلِ لَا

{الزمر:9}

”صَدَقَ اللَّهُ الْمَخَالِيقَ“

الرحمة

أهديك يا من تسكن بعيداً بجسدك، قريباً بروحك وذكراك العطرة في قلبي

إلى مروح والدي معلم الأجيال الأستاذ عبد الحمادي أحمد طومان رحمه الله

إليك يا من نمرعت بداخلي معاني جميلة أردتها يوماً أن تكون بداخلي

إلى أُمي الحبيبة أطال الله في عمرها وأدام عليها نعمة الصحة

إلى أشقائي الكرام الداعمين لي في مواصلة درب العلم وفقهم الله

إلى زملائي الباحثين في بحر العلوم السياسية وأخص بالذكر الزميل الأخ وسام صقر

إلى زملائي في السلطة الرابعة جميع صحفي وإعلامي فلسطين

إلى أمرواح شهدائنا الأبرار، وأسرانا القابعين خلف قضبان الظلم، وجرحى العدو والمتواصل

وختاماً أهدي بأكورة بحشي هذا إلى مروح مفجر الثورة الفلسطينية الشهيد القائد ياسر عرفات،

ولمن سار على خطاه في رئاسة السلطة الوطنية وإلى كل من يشارك في صناعة القرار السياسي

الفلسطيني

الشكر

ولو أنني أوتيت كل بلاغة وأفنيت بحر النطق في النظم والنثر

لما كنت بعد القول إلا مقصرا ومعتزفا بالعجز عن واجب الشكر

يسرني أن أتقدم بخالص الشكر ووافر الامتنان لمن شجعني وقدمني للأمام للخوض في مجال

البحث العلمي وقام بجهد جبار حتى إتمام هذه الدراسة

إلى الأستاذ الدكتور رياض العيلة المشرف على رسالتي

إدارة هذه الجامعة العريقة السماء التي سعت لافتتاح برامج الماجستير النوعية إيماناً منها

بأهمية بناء المجتمع الفلسطيني على أيدي متخصصين مبدعين

كما وأتقدم بخالص شكري و تقديري وامتناني من عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

والشكر الموصول لعمادة لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية و قسم العلوم السياسية وجميع أعضاء

الهيئة التدريسية أساتذتي في القسم.

والى جميع من شارك وساعد في إنجاز هذه الدراسة لتخرج إلى النور

الباحثة

أمل طومان

1. فهرس الموضوعات

الرقم	الموضوع	رقم الصفحة
1	الإهداء	ج
2	الشكر	د
3	الملخص	ز
5	Abstract	ي
6	الفصل الأول: خطة الدراسة	1 - 17
7	مقدمة الدراسة	2
8	مشكلة الدراسة	3
9	أسئلة الدراسة	4
10	فرضيات الدراسة	5
11	أهداف الدراسة	5
12	أهمية الدراسة	6
13	حدود الدراسة	7
14	منهج الدراسة	7
15	عينة الدراسة والأداة المستخدمة	7
16	الدراسات السابقة	8
17	تعليق على الدراسات السابقة	14
18	مصطلحات الدراسة	15
19	تقسيمات الدراسة	17
20	الفصل الثاني: نشأة وتطور وسائل الإعلام الفلسطينية	18 - 42
21	مقدمة	19
23	المبحث الأول: وسائل الإعلام الفلسطينية المقروءة	20
24	المبحث الثاني: وسائل الإعلام الفلسطينية المسموعة والمرئية	31
25	المبحث الثالث: الإعلام الإلكتروني على شبكة الإنترنت	38
26	الخلاصة	42
27	الفصل الثالث: الإعلام السياسي والسياسة الإعلامية ودور الإعلام في الأزمات	43 - 63
28	مقدمة	44
29	المبحث الأول: الإعلام السياسي	45
30	المبحث الثاني: السياسة الإعلامية	55
31	المبحث الثالث: دور الإعلام في الأزمات السياسية والأمنية	60
32	الخلاصة	63
33	الفصل الرابع: الإعلام الحزبي والأزمة السياسية الفلسطينية	64 - 98
34	مقدمة	65

35	المبحث الأول: الإعلام الحزبي	66
36	المبحث الثاني: نشأة الإعلام الحزبي الفلسطيني	73
37	المبحث الثالث: دور الإعلام الحزبي الفلسطيني إبان فترة الأزمة السياسية والانقسام السياسي	82
38	الخلاصة	99
39	الفصل الخامس: دراسة ميدانية	147 - 100
40	المبحث الأول: مجتمع الدراسة والعينة	101
41	المبحث الثاني: التحليل الإحصائي للعينة	107
42	المبحث الثالث: نتائج التحليل وتفسيرها	137
43	الفصل السادس: النتائج والتوصيات	151 - 148
44	أولاً: النتائج	149
45	ثانياً: التوصيات	155
46	المراجع	158
47	الملاحق	173

2. فهرس الجداول

الرقم	الجدول	رقم الصفحة
1	جدول 1 عدد الطلبة في الجامعات الفلسطينية	104
2	جدول 2 التحليل الديمغرافي للعينة 1-5	107
3	جداول 3 التحليل الإحصائي لمدى الاقتناع بوسائل الإعلام الفلسطيني 1- 13	117 - 110
4	جداول 4 التحليل الإحصائي لمدى حيادية وسائل الإعلام ومصادقيتها 1- 12	127 - 119
5	جداول 5 التحليل الإحصائي لوسائل الإعلام وتناولها لحالة الانقسام 1- 23	136 - 128

3. فهرس الأشكال البيانية

الرقم	الشكل البياني	رقم الصفحة
1	رسم بياني (1) يوضح توزيع العينة حسب العمر	108
2	رسم بياني (2) يوضح توزيع الحالة الاجتماعية للعينة	108
3	رسم بياني (3) يوضح نسبة الطلبة في الجامعات	109
4	رسم بياني (4) يوضح تغطية الإعلام للقضايا الفلسطينية.	114
5	رسم بياني (5) يوضح مستوى الرضا عن الإعلام الفلسطيني.	115
6	رسم بياني (6) يوضح مدى تعزيز الإعلام الفلسطيني لاحترام التعددية السياسية	118
7	رسم بياني (7) يوضح مدى مساهمة وسائل الإعلام بنشر ثقافة حزبية لترسيخ الانقسام	120
8	رسم بياني (8) يوضح مدى قدرة وسائل الإعلام لإيصال الحقيقة للمواطن	127
9	رسم بياني (9) يوضح دور الإذاعات خلال فترة الانقسام	134
10	رسم بياني (10) يوضح دور المحطات الفضائية خلال فترة الانقسام	135
11	رسم بياني (11) يوضح دور الصحف والمواقع الإلكترونية خلال فترة الانقسام	136

الملخص

تعد هذه الدراسة نقطة تماس أو حلقة من حلقات الوصل بين تخصصي الإعلام و السياسة، حيث تتناول الدراسة جانباً من جوانب الاتصال السياسي ما بين المؤسسات السياسية الرسمية وغير الرسمية من جهة والجمهور من جهة أخرى، إذ شكل الهدف الأساسي الذي رمت إليه الدراسة الكشف عن الدور الحقيقي للرسالة الإعلامية الفلسطينية التي نشرتها وسائل الإعلام خلال فترة الانقسام، والأثر الذي تركته على الطلبة الجامعيين، ونظرة الطلبة الجامعيين إلى أداء الإعلام الفلسطيني خلال هذه الفترة. حيث اعتمدت الدراسة على وصف وتحليل المعلومات والبيانات، من خلال استخدامها أداة الاستبيان لمعرفة رأي طلبة الجامعات، وقياس مدى ثقتهم بدور الإعلام الفلسطيني خلال وبعد فترة الانقسام.

كما حاولت الدراسة لإثبات فرضياتها الإجابة على التساؤلات التي تضمنتها في ستة فصول موزعة على قسمين: الإطار النظري، بدأ بتحليل واقع نشأة وتطور وسائل الإعلام الفلسطيني على اختلاف مشاربها "المرئية والمسموعة والمقروءة والإلكترونية"، ودور الإعلام في الأزمات السياسية، ونشأة الإعلام الحزبي الفلسطيني ودوره أثناء الأزمة السياسية، وواقع السياسة الإعلامية في ظل الانقسام السياسي. والإطار العملي باستعمال أداة الاستبيان، دراسة ميدانية بتطبيقها على عينة من طلبة الجامعات في قطاع غزة، وتنتهي الدراسة بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات التي خلصت إليها الباحثة، كان أبرز الاستنتاجات:

□ تميز وسائل الإعلام الفلسطينية بالطابع الحزبي منذ ولادتها، والتخلي عن موضوعيتها بعد الانتخابات التشريعية الفلسطينية عام 2006م.

□ تحول وسائل الإعلام الفلسطينية إلى إعلام دعائي، مهد لحالة الانقسام المجتمعي.

□ ارتجالية الإعلام الفلسطيني والبعد عن التخطيط الإعلامي الواعي التي ضاعفت من شقة الخلاف وانقسام المجتمع.

□ الدعم المالي المشروط للمؤسسات الإعلامية أدى إلى انحرافها عن رسالتها الموضوعية.

□ الأداء السلبي للإعلام خلال فترة الانقسام السياسي أدى إلى فقدان المصداقية والحيادية لدى أفراد المجتمع وعند الطلبة.

□ تعدد الاتجاهات السياسية داخل المجتمع الفلسطيني شكلت سبباً رئيسياً في تمزيق الجسد الإعلامي الفلسطيني وتشتيته.

□ التأكيد على أن الثقافة الإعلامية التي تبنتها الوسائل الإعلامية الفلسطينية خلال فترة الانقسام كانت ثقافة سياسية حزبية لا ثقافة سياسية وطنية.

وقد خلصت الباحثة إلى التوصيات التالية:

□ الالتزام بالمهنية والموضوعية الإعلامية.

□ وقف الخطاب الإعلامي الحزبي باعتباره خطاباً فئوياً كأحد عناصر تأجيج الصراع يلحق الضرر بالمشروع الوطني وبالثقافة السياسية.

□ ضرورة تحديد المعايير والأسس التي ينبغي من خلالها التعامل مع الأزمات الداخلية.

□ عدم استخدام الإعلام لتحقيق الأهداف السياسية.

□ بلورة رؤية إستراتيجية تنظم الإعلام الإلكتروني.

□ ضرورة تشكيل جسم إعلامي مستقل يتصف بالنزاهة والحيادية للتصدي لكل ما شأنه تكريس بذور الحقد والكراهية بين أبناء الشعب الواحد.

□ الفصل ما بين الإعلام الحكومي والإعلام التابع للأحزاب.

□ مطالبة المجلس التشريعي بسن قانون ينظم العمل الإعلامي للمؤسسات الإعلامية وللإعلاميين العاملين بها.

□ تطبيق العقوبات على المؤسسات الإعلامية والإعلاميين من قبل الجهات المختصة.

Abstract

This study is an example of the linkage between media, and politics, where it addresses an aspect of political communication between the formal and informal political institutions on the one hand, and the public on the other. The main objective of the study is to reveal the true role and message of the Palestinian media before and during the rupture (2007) between the Gaza Strip and the West Bank and the impact it has had on the views of a sample of four university students in the Gaza Strip.

the study is based on the analyses and description of the sample respondents' to a questionnaire which might reveal their views and measure their level of trust in the Palestinian media during and after the separation phase. the study is divided into two sections:

the first is theoretical and the other is analytical of the questionnaire's respondents. The theoretical framework tries to shed a light upon the origins and evolution of the Palestinian media: audio, visual, printed, and electronic and their role in the political crisis. The study has a set of conclusions and recommendations.

Conclusions:

- ❑ A factious nature characterized the Palestinian media by abandoning objectivity, especially after the Palestinian legislative elections in the year 2006.
- ❑ The transition of the propagandistic media which prepared for the state of social division.
- ❑ The Improvisation and the lack of conscious media planning doubled the rift and division of Palestinian society.
- ❑ The conditioned Financial support of media institutions led to a deviation from its national message.
- ❑ The negative performance for the media during that period led to a loss of credibility of that media.
- ❑ The multiplicity of trends within the Palestinian society, was reflected on the Palestinian media body.

- ☐ There was no doubt that the media Culture was a partisan political and not a national political one.

recommendations:

- ☐ The necessity to professionalism and objective media.
- ☐ The necessity to identify a criteria by which we should deal with internal crises.
- ☐ Cessation of media usage to achieve political desires.
- ☐ The necessity to form an independent media body characterized by integrity and impartiality in dealing with societal aspects.
- ☐ Developing strategic visions govern the electronic media.
- ☐ The necessity to form an independent media body characterized by integrity and impartiality to deal with all that would plant the seeds of hatred between the members of one people.
- ☐ The need to Separate between official media and that of the political parties.
- ☐ To ask the Legislative Council to enact law regulating media institutions and those concerned with them.
- ☐ The application of sanctions against those who do not abide by the adopted media regulations.

الفصل الأول: خطة الدراسة

- ❖ مقدمة الدراسة
- ❖ مشكلة الدراسة
- ❖ أسئلة الدراسة
- ❖ فرضيات الدراسة
- ❖ أهداف الدراسة
- ❖ أهمية الدراسة
- ❖ حدود الدراسة
- ❖ منهج الدراسة
- ❖ عينة الدراسة والأداة المستخدمة
- ❖ الدراسات السابقة
- ❖ تعليق على الدراسات السابقة
- ❖ مصطلحات الدراسة
- ❖ تقسيمات الدراسة

مقدمة الدراسة

لقد أثبتت العديد من الدراسات العلمية الحديثة في مجال الاتصال السياسي أن لوسائل الإعلام قوة مستقلة في المجتمع، وأنها تلعب أدواراً أساسية على الصعيد السياسي والاقتصادي والاجتماعي، فوسائل الإعلام تتدخل في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة في كافة مسائل الحياة خاصة في ظل ما يشهده الإعلام من تطور متسارع .

فالإعلام في عصرنا الحاضر هو ظاهرة فنية خطيرة مدتها الحضارة الحديثة بطائفة من الإمكانيات الضخمة، ضاعفت من قيمتها وجعلت منها قوة كبيرة لا تستغني عنها الشعوب، وجعلت من الحكومات المختلفة في شتى بقاع الأرض ذات اهتمام مباشر بالإعلام بحيث باتت تنشأ وزارات خاصة به، بل وتعمل على تطويره ضمن السياسة التطويرية العامة للدولة، لدرجة أصبح فيها الإعلام يعبر عن قوة الدولة وقدرتها على التعامل مع قضاياها بشكل يساهم في تحقيق أهدافها الداخلية والخارجية.

لقد استمد الإعلام تأثيره كونه يقدم معلومات جديدة ومتواصلة في مجالات الحياة المختلفة، ويطلع المتابع له على ما يدور في العالم حوله من منجزات وصراعات، وينعكس مقدار تأثير الإعلام في الفئات المجتمعية بقدر حجم ثقافتها ووعيتها، فكلما انخفض المستوى الثقافي والتعليمي للأمة كلما ازداد تأثير الإعلام الموجه على أفكارها وسلوكها وأنماط حياتها، وكأن ما تأتي به وسائل الإعلام حقائق لا جدال حولها، في حين أن ذوي الثقافة والتعليم والخبرة يرون فيما تأتي به وسائل الإعلام مادة قابلة للنقاش والحوار والنقض.¹

وفي هذا الإطار ترى الباحثة أن نسبة المتعلمين في قطاع غزة تعد مرتفعة مقارنة بمناطق أخرى، وبالرغم من ذلك فقد تأثر الشارع الفلسطيني في قطاع غزة برسائل الإعلام الموجهة التي أدت إلى انقسام سياسي أرخى بظلاله على كافة شرائح المجتمع.

1 تايه، عبدالله، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، دار الماجد للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، رام الله، 2006م، ص 27 - 28.

فاستخدام الإعلام بشكل سلبي في ظل غياب الثقافة الوطنية الموحدة، والرقابة الرسمية في ظل عدم وجود خطوط عريضة واضحة المعالم، تؤدي إلى نتائج سلبية، تؤدي بالمجتمعات إلى الانقسام خصوصاً النامية منها، والذي بدوره يؤدي إلى فقدان ثقة الشعب بالإعلام.

إن ما حصل في السنوات الأخيرة في مجتمعنا الفلسطيني من انقسام سياسي ومجتمعي لهو أمر بالغ الأهمية والخطورة لما سيخلفه من أثر سلبي على مستقبل القضية الفلسطينية ووحدة الصف الفلسطيني.

هذا الأمر يدفعنا إلى معرفة الدور الذي لعبه الإعلام الفلسطيني خلال فترة الانقسام وما بعده؟ وطبيعة هذا الدور؟، وهل ارتكز الإعلام على ثقافة وطنية موحدة أم ثقافة حزبية تؤدي إلى الانقسام والتفتت؟ ستحاول الدراسة الكشف عن واقع الإعلام والدور الذي لعبه خلال هذه الفترة الهامة في محاولة جادة لتحديد أهم سماته وأثره على انقسام المجتمع سياسياً.

مشكلة الدراسة

إن الترابط الوثيق بين الإعلام والسياسة، والعلاقة التبادلية فيما بينهما، والأثر البالغ الذي تملكه كلتاهما تجاه الأخرى، خصوصاً في المجتمعات النامية التي تمر بمرحلة الانتقال والتحول الديمقراطي، وما لهذه العلاقة من أثر بالغ وكبير على المجتمع في ظل التطور التقني والتكنولوجي في وسائل الاتصال، التي تلعب دوراً مهماً وحيوياً داخل المجتمعات على كافة المستويات والأصعدة، وفي ظل التطورات الأخيرة الحاصلة والصراع الحاصل على الساحة الفلسطينية الداخلية والذي بدأ بعد فوز حركة حماس في انتخابات المجلس التشريعي عام 2006م، وانتهى بانقسام سياسي، والدور الذي لعبته وسائل الإعلام الفلسطينية إبان فترة الصراع وما تلاه من انقسام، دفع الباحثة إلى معرفة مدى الأثر الذي تركته

وسائل الإعلام الفلسطينية على الجمهور الفلسطيني بشكل عام، وعلى شريحة طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة بشكل خاص إبان هذه الفترة.

أسئلة الدراسة

في ضوء الانقسام السياسي والمجتمعي الذي شهدته الساحة الفلسطينية، نحاول تسليط الضوء على الرسالة الإعلامية التي وجهها الإعلام الفلسطيني خلال فترة الانقسام، وتحديد الثقافة الإعلامية التي تبنتها المؤسسات الإعلامية خلال تلك الفترة، وتوضح مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو أثر أداء وسائل الإعلام الفلسطينية على المجتمع خلال فترة الانقسام؟ وينبثق عن هذا التساؤل

الرئيسي عدة تساؤلات فرعية وهي:

1. ما هو واقع نشأة وتطور وسائل الإعلام الفلسطيني؟
2. ما المقصود بالإعلام السياسي والسياسة الإعلامية؟ وما هو دور الإعلام في الأزمات السياسية والأمنية؟
3. هل لعب الإعلام الحزبي دوراً أساسياً خلال فترة الانقسام السياسي؟ وما طبيعة هذا الدور؟
4. ما هي طبيعة الثقافة التي تبنتها الرسالة الإعلامية الفلسطينية خلال فترة الانقسام وهل كانت ثقافة توحيد أم تشتيت؟
5. ما هو الأثر الذي تركته وسائل الإعلام على الرأي العام في المجتمع الفلسطيني، وعلى طلبة الجامعات في قطاع غزة؟
6. كيف كان أداء وسائل الإعلام بعد مرحلة الانقسام؟ وما هي السياسة الإعلامية المتبعة من قبل الجهات الحاكمة في الضفة الغربية وقطاع غزة؟

فرضيات الدراسة

1. إن وسائل الإعلام الفلسطيني الرسمي والحزبي لعبت دوراً سلبياً خلال فترة الانقسام مما أدى إلى زيادة الفجوة بين طرفي النزاع.
2. إن الرسالة الإعلامية التي وجهتها وسائل الإعلام الفلسطينية، والدور الذي قامت به أثناء فترة الانقسام تركت أثراً سلبياً على المجتمع الفلسطيني وعلى طلبة الجامعات في قطاع غزة.
3. إن الثقافة الإعلامية التي تبنتها الوسائل الإعلامية الفلسطينية خلال فترة الانقسام كانت ثقافة سياسية حزبية لا ثقافة سياسية وطنية.

أهداف الدراسة

الهدف العام: تسعى الدراسة إلى الكشف عن الأثر الحقيقي لوسائل الإعلام الفلسطينية خلال فترة الانقسام السياسي.

كما تسعى هذه الدراسة لتحقيق عدة أهداف وهي:

1. التعرف على نشأة وتطور وسائل الإعلام الفلسطيني.
2. استخلاص المقصود بالإعلام السياسي والسياسة الإعلامية، وطبيعة الدور المنوط بالإعلام في الأزمات السياسية والأمنية.
3. إيضاح طبيعة الرسالة الإعلامية التي تتبناها الوسائل الإعلامية الحزبية الفلسطينية.
4. إلقاء الضوء على الدور الذي لعبته الوسائل الإعلامية الفلسطينية خلال فترة الانقسام، والأثر الذي تركته رسالتها الإعلامية.

5. تحديد معرفة ثقة الشارع الفلسطيني وخصوصاً طلبة الجامعات بالإعلام الفلسطيني وبالرسالة الإعلامية التي ينشرها.

6. توضيح أداء وسائل الإعلام بعد مرحلة الانقسام، والسياسة الإعلامية المتبعة من قبل الجهات الحاكمة في الضفة الغربية وقطاع غزة.

أهمية الدراسة

تظهر أهمية الدراسة في الجوانب التالية:

1. تعتبر الدراسات الإعلامية السياسية من الدراسات النادرة ضمن إرث الدراسات والبحث العلمي في فلسطين وهي من الدراسات الحديثة نوعاً ما والتي لها أهميتها وأثرها في أي مجتمع.
2. تتناول الدراسة موضوعاً حساساً للغاية لما له من أثر كبير على البنية المجتمعية داخل النظام السياسي الفلسطيني.
3. إضافة جديدة إلى مكتبة العلوم السياسية والإعلام.
4. تفتح المجال أمام الباحثين والمهتمين بالأمر الفلسطيني للبحث في موضوع دور الإعلام إبان الانقسام بأشكاله المختلفة، وعلى صعيد شرائح متعددة ومختلفة.
5. محاولة جادة لتوضيح أثر الانقسام السياسي والإعلامي على المجتمع الفلسطيني أمام المسؤولين لإنهاء حالة الانقسام ومعالجة ما نجم عنه.
6. أن هذه الدراسة تعكس بصورة دقيقة واقع أداء وسائل الإعلام الفلسطيني.

حدود الدراسة

تشمل حدود الدراسة الوسائل الإعلامية الفلسطينية المعروفة التي تخاطب الرأي العام الفلسطيني في الأراضي الفلسطينية، وتتناول عينة من الطلبة داخل جامعات قطاع، أما الفترة الزمنية التي تناقشها هذه الدراسة تمتد ما بين عامي 2006 – 2009م.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التاريخي التحليلي، وذلك رجوعاً إلى تاريخ الإعلام الفلسطيني من خلال الدراسات السابقة، والأبحاث وما كتب في الصحف والمجلات ووسائل الإعلام. كما وسيتم استخدام البرنامج الإحصائي spss لتحليل إجابات أسئلة أداة الاستبانة التي استخدمت في الدراسة الميدانية.

عينة الدراسة والأداة المستخدمة

ارتكزت عينة الدراسة على طلبة الجامعات الفلسطينية، إذ تم تحديد مجتمع الدراسة من أربع جامعات هي "جامعة الأزهر وجامعة الأقصى والجامعة الإسلامية وجامعة القدس المفتوحة"، وذلك وفقاً لأعداد الطلبة في الجامعات قيد الدراسة والبالغ عددها 69129 طالباً وطالبة، كان مجموع الذكور منهم 29851 ومجموع الإناث 39278، وقد تم تحديد العينة التي ستخضع للدراسة 691 طالب وطالبة أي بنسبة 1% من العدد الإجمالي، منهم 299 طالب بنسبة 43% و392 طالبة بنسبة 57%، وقد تم توزيع العينة على الجامعات حسب عدد الطلبة المسجلين.

استخدمت الباحثة استمارة لجمع البيانات والمعلومات " استبيان "، حيث تم التأكد من دقة الفقرات وقياسها للعناصر المزمع قياسها، وأنها تركز على مجال محدود، وأن الفقرات معروضة بصورة منطقية، وأيضاً التأكد من صدق الأداة من خلال عرضها وتحكيمها من قبل خمسة أكاديميين من ذوي الخبرة والتخصص في السياسة والإعلام والإحصاء وذلك لبيان ملاحظاتهم واقتراح ما يروونه مناسباً من تعديل ملائم وتحديد مدى شمولية الأداة، وصحة الفقرات، ودقة ألفاظها، وإلغاء أسئلة وإضافة ما يروونه مناسباً حتى تحقق الاستبانة أهدافها، بناء على ذلك فقد تم تعديل الاستبانة وفقاً لرؤية المحكمين بحيث أصبحت عدد فقرات الاستبانة (53) فقرة.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

دراسة حسن اليوسفي، المشهد الإعلامي من خلال تطور المشهد السياسي بالمغرب، المجلة المغربية، سبتمبر 1996م.

تناول الباحث دراسته في ثلاثة فصول وهي المشهد السياسي المغربي إبان عصر الحماية، والمشهد الإعلامي وعلاقته بالظاهرة الحزبية، والخطاب الإعلامي للصحافة الوطنية الحزبية، وقد اعتمد خلال دراسته على جريدتين وهما العلم والاتحاد الاشتراكي. وقد توصل الباحث إلى:

1. الاستقرار في المجتمع ناتج عن أن المادة التي تعرضها هذه الصحف هي بمثابة سجل خطابي

وهذا ما ميز الصحافة المغربية، فعادة ما تكون صحافة الأحزاب المعارضة معروفة بخطاباتها

المنتقدة للسياسات الحكومية المتعاقبة عبر مختلف مراحل وجودها في المغرب.

2. لا يوجد أي أثر إيجابي للمجال الإعلامي لأن الصحيفة هي أولاً وأخيراً الباب الذي يدخل منه

الحزب إلى المجتمع لمحاولة فرض وجوده بتمريره خطابه السياسية المدجلة.

3. افتقاد المجتمع للصحافة الجادة التي لا هم لها سوى توعية الشعب، وتنقيف وإخبار المجتمع بعيداً

عن أي تأثير أو توجيه.

دراسة د. عبدالله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، دار الماجد للطباعة والنشر، رام الله،

الطبعة الأولى، 2006م.

حيث تناول الباحث في خمسة فصول التطور التاريخي للإعلام في فلسطين قبل عام 1948م،

والإذاعة الفلسطينية في عهد منظمة التحرير وما بعد اتفاقيات أوسلو، والإعلام بشكل عام والثقافة والفرق

بين الإعلام والثقافة ونشر الثقافة الوطنية، والإعلام الثقافي والهوية، والبرامج الثقافية، وزمن الإعلام في

إذاعة وتلفزيون فلسطين، والصعوبات والتحديات التي تواجه إذاعة وتلفزيون فلسطين. وخلص الباحث

إلى:

1. أن هناك صعوبات إدارية ومالية وفنية تواجه إذاعة وتلفزيون فلسطين منذ إنشائها، مما أدى

إلى هبوط مستوى الأداء في البرامج عامة في الشكل والمضمون والمهنية، وبشكل خاص برامج

الإعلام الثقافي التي هي جزء هام من هذه البرامج.

2. شذمة وسائل الإعلام الحكومية ووجودها تحت مسؤوليات قيادية متعددة ومتنافرة، ولكل هذه

المسميات إدارات مستقلة مع غياب التنسيق والتخطيط، وعدم وضع سياسة إعلامية واحدة.

3. اختلاف الثقافات التي توجهها الإذاعات الفلسطينية حسب الجهة التي تتبع لها.

دراسة زياد عثمان وغازي بني عودة، الإعلام الألعوبة والخطاب الدموي في فلسطين، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان، 2008م.

عالج الكاتبان الدراسة في أربع فصول، تناولاً خلالها تعريفات ومفاهيم توضح الخطاب الإعلامي بشكل عام، وعلاقته بالإعلام، وعرض تاريخي مكثف لتطور الصحافة في فلسطين، والخطاب الإعلامي عبر محطات متباينة ونماذج لخطابي حركتي حماس وفتح، ورصد الكلمة المكتوبة والصورة المقدمة للجمهور، والحريات الإعلامية والتحديات على الصحفيين والمؤسسات الصحفية، وتوصل الكاتبان إلى أن الخلل المتسارع الذي أصاب الخطاب الإعلامي الذي بدا خطاباً منقسماً، ومستقطباً وفئوياً وتحريضياً، يكمن في حقيقة أنه لم يكن لدينا أصلاً خطاب إعلامي موحد وإن كان في لحظة ما فإنه لم يرق إلى مستوى التوحد.

دراسة أسماء شوارب، واقع حرية الرأي والتعبير في فلسطين مع التركيز على فترة حالة الطوارئ، رسالة ماجستير، جامعة بيرزيت، 2008م.

حيث تناولت الباحثة في الإطار النظري للدراسة مفهوم حرية الرأي والتعبير، والمؤسسات الإعلامية والثقافة الموجهة الحزبية، ومظاهر حرية الرأي والتعبير في المواثيق الدولية، وحرية الرأي والتعبير في فلسطين، وقد توصلت الباحثة إلى:

1. التعدي على الصحفيين والاعتداء على حرية الصحافة والإعلام قد تفاقم وأن انتهاكات خطيرة وغير مبررة من طرفي النزاع حركتي فتح وحماس ترتكب بحق الصحفيين.

2. الصراع الدموي بين حركتي فتح وحماس وما أفرزه من نتائج على الأرض أدى إلى تراجع الإعلام الفلسطيني تراجعاً كبيراً وخطيراً، وينذر بسيادة لوتين من الإعلام الأول تابع لحركة حماس أو موالي لها في غزة، والثاني تابع لحركة فتح والسلطة الفلسطينية أو متحيز لها في الضفة الغربية، مما ينسف كل الجهود السابقة من أجل تطوير الإعلام الفلسطيني.

دراسة سميح محسن، دور الإعلام الحزبي في تأجيج الصراع الداخلي الصحافة الإلكترونية نموذجاً،
مجلة تسامح، العدد 21، حزيران 2008م.

حيث يعرض الباحث دراسته من خلال إطارين فيتناول التعريف بوكالة الأنباء الفلسطينية وفا
والمركز الإعلامي الفلسطيني، عارضاً نشأة كل من الوكالتين والسياسة التي تنتهجها، وتحليل جميع
النصوص الإخبارية والمقالات التي تم نشرها خلال الفترة المحددة للدراسة. وقد توصل الباحث إلى النتائج
التالية:

1. رغم إعلان كل من الوكالتين بأنها رسمية إلا أنهما انحازتا إلى أحد أطراف الصراع، وتحولتا
لمنبر للهجوم على الآخر، وكان الهدف من الخطاب تحقير الطرف الآخر وبث الكراهية ضده.
2. كل من الوكالتين سجلتا مخالفات لحقوق الإنسان حسب المعايير الدولية ذات العلاقة في حرية
الرأي والتعبير، وكذلك للقانون الأساسي للسلطة الوطنية الفلسطينية، ولقانون النشر والمطبوعات
الفلسطيني.

دراسة أيمن أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي -
طلبة جامعة النجاح نموذجاً (2000 - 2007)، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م.

تناول الباحث خلال دراسته المكونة من ستة فصول، دراسة الإعلام ووظائفه وتطوره وأهميته،
والإعلام الإلكتروني وأهميته والخدمات التي يقدمها وأنواعه وتمويله، ومفهوم الانتماء السياسي، وعلاقة
الاتصال والإعلام بالسياسة، والإعلام الإلكتروني والتوجهات السياسية، ودور الصحافة الإلكترونية في
تدعيم الانتماء السياسي. وواقع الصحافة العربية الإلكترونية والإعلام الإلكتروني الفلسطيني ودورها في
الساحة السياسية.

كما تناولت الدراسة الدور السياسي للحركة الطلابية في الجامعات الفلسطينية، ودور الإنترنت ودور الجامعات وواقع الحركة الطلابية في الجامعات الفلسطينية ونشاطها السياسي، والدور السياسي والوطني لجامعة النجاح، وأثر المواقع الإخبارية في التوجه والانتماء السياسي لطلبة جامعة النجاح الوطنية. وتوصل الباحث إلى نتيجة رئيسية وهي أن الإعلام الإلكتروني الموجه يضعف التوجه والانتماء للوطن ويقويه باتجاه الانتماء للحزب.

دراسة حافظ على حافظ أبو عايش: دور الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية جريدة القدس نموذجاً 2004-2007م، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م.

يتناول الباحث في دراسته المكونة من خمسة فصول الصحافة والتنمية السياسية والعلاقة بينهما، والتنمية والديمقراطية، والتنمية السياسية في إطارها الخاص، وجدلية العلاقة بين الإعلام والديمقراطية، وواقع الصحافة المحلية المطبوعة في فلسطين، والصحافة والتحول الديمقراطي في فلسطين، ودور جريدة القدس في التحول الديمقراطي، حيث يحللها تحليل كمي ونوعي. وتوصل الباحث إلى أن الصحافة الفلسطينية تعاني من نوعين من المعوقات:

الأول موضوعي: يتمثل في المرجعيات القانونية النازمة للعمل الصحفي، وهي معتمدة ومقرة من المجلس التشريعي الفلسطيني صاحب الحق الأصيل في سن القوانين وتشريعها، في ظل ممارسات السلطة في الضفة وغزة التي جعلت الصحفي يمارس رقابة ذاتية على نفسه، لإرضاء كافة الأطياف والألوان السياسية خاصة عقب أحداث غزة 2007/6/14. إضافة للممارسات الإسرائيلية التي تمارس بحق الصحفيين، سواء بتضييق حركتهم عبر الحواجز المنتشرة في أرجاء الضفة، أو التعرض لهم بالإهانة أو العقاب الجسدي أو الاعتقال ليصل إلى القتل أحياناً.

والآخر ذاتي: يتعلق بالصحفيين أنفسهم، من خلال تفعيل نقابة الصحفيين كإطار يجمع كافة الصحفيين بداخله، وينظم عملهم.

دراسة ناصر اللحام: شهادات حول الإعلام الفلسطيني في ظل حكم حماس، وكالة معا الإخبارية، 2008م.

تناول الباحث دراسته في خمسة مباحث، حيث عالج من خلالها الإعلام الفلسطيني ما بعد رئيس السلطة الوطنية الفلسطينية ياسر عرفات وما قبل حماس، ولحظة الاصطدام ما بين حماس والمؤسسات الإعلامية للسلطة، معرجاً على المواقع الإلكترونية حرية رأي أم إرهاب فكري، وأخلاق المجتمع وأخلاق المهنة، ومقارنة التجربة الفلسطينية مع تجارب الدول العربية وقد قام الباحث في دراسته بتحليل واقع الإعلام الفلسطيني الذي مر به بعد رحيل الرئيس ياسر عرفات.

ويبين أن الإعلام أصبح بمثابة إرهاب فكري وحزبي، ينشر ثقافة حزبية لا ثقافة وطنية موحدة، وينفذ سياسة حزب لا سياسة وطنية، ويوضح الباحث في دراسته الأثر الذي تركته هذه السياسة على الإعلاميين والمحطات الإعلامية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

Albert C. Gunther, Kathleen Schmitt, Why Partisans See Mass Media as Biased, University of Wisconsin- Madison, 2004.

يتناول الباحث دراسته في أربعة فصول حيث يناقش الدور السلبي لأحزاب المعارضة للحكم من خلال وسائل الإعلام، وإعلام الشرق الأوسط خلال فترة الانتخابات، والدور الحكومي والرقابة على الإعلام وعلى الخطابات التي يوجهها إلى المجتمع.

وتوصل الباحث أن الإعلام العربي له دور سلبي وخصوصاً الإعلام الحزبي تحديداً خلال فترة الانتخابات، وأنه لا يستخدم بشكل إيجابي ولا بمصادقية لتوعية المجتمع والجمهور ونقل المعلومات إليه.

تعليق على الدراسات السابقة

لقد تبين للباحثة بعد استعراض الدراسات السابقة المحلية والعربية والأجنبية التي لها علاقة بموضوع الدراسة أو تناولت الوضع الفلسطيني، أنه على الرغم من وجود اختلافات في النتائج إلا أنه كانت هناك نقاط التقاء بين معظم الباحثين، فلقد اتفقوا على انتقاد المجتمع الفلسطيني للصحافة الجادة التي تعمل على توعية وتنقيف الشعب، وتقل أخبار المجتمع بعيداً عن أي تأثير أو توجيه. وأن شذمة وسائل الإعلام ووجودها تحت مسؤوليات قيادية متعددة ومتنافرة أدت لوجود ثقافات مختلفة توجهها وسائل الإعلام وفق ثقافة الجهة التي تتبع لها، مما جعل الخطاب الإعلامي يشوبه خلل في مضمونه حيث بدا خطاباً منقسماً، ومستقطباً وفئوياً وتحريضاً ساهم بدوره في إضعاف التوجه والانتماء للوطن، كما أن هناك تعدي ملحوظ وواضح على الصحفيين وعلى حرية الصحافة والإعلام.

كما أكدت بعض هذه الدراسات على أن الإعلام أصبح بمثابة إرهاب فكري وحزبي ينفذ سياسة حزب لا سياسة وطنية وينشر ثقافة حزبية لا ثقافة وطنية موحدة، بسبب عدم وجود المرجعيات القانونية النازمة للعمل الصحفي والتي من المفترض أن تكون موجودة ومقرة ومعتمدة في النظام السياسي الفلسطيني.

كما وعالجت تلك الدراسات العديد من الخلل الموجود في وسائل الإعلام المختلفة على المستوى الكمي والنوعي. إلا أن الباحثة ترى أنه يوجد نقص في الدراسات المعمقة والمركزة على دور الإعلام الفلسطيني في المجتمع وفي السياسية، كما أن الدراسات لم تتطرق للأثر الذي تركه التشردم الإعلامي على المتلقي للرسالة الإعلامية، والنتيجة التي أصابت المجتمع بفعل هذه الرسائل المشوهة، وبذلك فإن الباحثة تحاول من خلال دراستها الحالية إيضاح الأثر الذي تركته وسائل الإعلام على المجتمع ممثلاً

بعينة من طلبة الجامعات في قطاع غزة، التي تشكل شريحة واسعة في المجتمع وهي الأكثر متابعةً وبالتالي الأكثر تأثراً بالإعلام.

مصطلحات الدراسة

1. وسائل الإعلام: هي الوسائل التي تعين الإعلام إطلاع الجمهور بإيصال المعلومات إلى المجتمع، وذلك بهدف توعية الناس، وتعريفهم وخدمتهم بأمور الحياة، وتسمى وسائط أو أجهزة وتنقسم إلى:¹

وسائل سمعية "الراديو": هي وسيط إعلامي تعتمد على السماع في إيصال المعلومات التي يراد إعلام الناس بها وهي أكثر الوسائل شيوعاً في حياة الناس.

وسائل بصرية "الصحف": هي وسيط إعلامي يرتبط بحاسة البصر في إيصال المعلومات لذلك سميت بهذه التسمية لأنها تعتمد على حاسة البصر كمصدر رئيسي في الإعلام.

وسائل سمعية وبصرية "التلفزيون": هي وسيط إعلامي يرتبط بحاسة البصر والسمع في إيصال المعلومات لذلك سميت بالوسائل السمعية والبصرية في وقت واحد وهي الأكثر تأثيراً وأبلغها وضوحاً، وهي أكثر الوسائل التي يعتمد عليها الإعلام في نقل مفهومه إلى جمهوره من المشاهدين والمستمعين في آن واحد.

2. السياسة الإعلامية: هي مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، والتي عادة تشتق "تستنبط" من شروط الأيديولوجية السياسية والقيم التي تركز إليها بلد ما.²

3. الإعلام الإلكتروني: هو عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام

¹ أبو معال، عبدالفتاح، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الأولى، الإصدار الثالث، 2000م، ص 13-14.

² الدليمي، حميد جاعد، التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 1998م، ص 73.

الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر.¹

4. الإعلام السياسي: هو ذلك الجزء من النشاط الاتصالي الذي تقوم به الهيئات المختصة في بث المعلومات والأفكار والمواقف عن الشؤون الحكومية، لنشر أفكارها ومعتقداتها من أجل ترسيخ وجهة نظر الدولة في نفوس الشعب بهدف الحكم، وفي حالة توجيه هذه الجهود الإعلامية إلى الخارج تصبح دعاية سياسية من الدولة، لخلق الصورة الذهنية الإيجابية لدى العالم الخارجي عن تقدم وإنجازات هذه الدولة وذلك في حالة السلم، أما إذا استخدمت هذه الجهود الإعلامية في حالة الحرب مع أي طرف خارجي، تصبح حرب نفسية ضد العدو، بقصد التأثير في أفرادة والنيل من معنوياتهم، بما يحقق الانهيار المعنوي في صفوفه.²

5. حزب: يدل مفهوم الحزب الحديث على تنظيم سياسي يجمع بين مصالح الناس السياسية "وأهدافهم وأيدلوجياتهم ونظرياتهم" وبين نضالهم "ممارساتهم" سلماً و حرباً لتحقيقها أو لبلوغ السلطة.³

6. حكومة: هيئة جماعية مكلفة بتأمين الإدارة السياسية للبلاد، وتنظيم وسائل هذه الإدارة وتحمل مسؤوليتها.⁴

7. الإعلام الحزبي: هو إعلام مرتبط بمصالح شريحة معينة "حزب"، يعمل على ربطه بالجمهور وعلى التقديم أو الإعلان عن هذا الحزب موضعاً سياسته وأهدافه وعرض خدماته، وكذلك نشر أفكاره وتعليم الجماهير روحه.

¹ تميم، منال، مطرقة العولمة وسندان العالم، مجلة سומר الإلكترونية، 2007/9/1م.

http://sommernmagazine.com/?page=show_det&select_page=6&id=333

² عبده، عزيزة، الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004م، ص50.

³ خليل، أحمد خليل، معجم المصطلحات السياسية والدبلوماسية، بيروت دار الفكر اللبناني، الطبعة الأولى، 1999م، ص71.

⁴ الكيالي، عبد الوهاب، موسوعة السياسة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، المجلد الثاني، الطبعة الأولى، 1983م، ص576.

تقسيمات الدراسة

الفصل التمهيدي: خطة الدراسة

الفصل الأول: نشأة وتطور وسائل الإعلام الفلسطينية

- المبحث الأول: وسائل الإعلام الفلسطينية المقروءة "الصحف والمطبوعات"
- المبحث الثاني: وسائل الإعلام الفلسطينية المسموعة والمرئية "الإذاعة والتلفزيون"
- المبحث الثالث: الإعلام الإلكتروني على شبكة الإنترنت.

الفصل الثاني: الإعلام السياسي والسياسة الإعلامية

- المبحث الأول: الإعلام السياسي
- المبحث الثاني: السياسة الإعلامية
- المبحث الثالث: دور الإعلام في الأزمات السياسية

الفصل الثالث: الإعلام الحزبي والأزمة السياسية الفلسطينية

- المبحث الأول: الإعلام الحزبي
- المبحث الثاني: نشأة الإعلام الحزبي الفلسطيني
- المبحث الثالث: دور الإعلام الحزبي إبان الأزمة السياسية والانقسام.

الفصل الرابع: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات

- المبحث الأول: مجتمع الدراسة والعينة
- المبحث الثاني: التحليل الإحصائي للعينة
- المبحث الثالث: نتائج التحليل وتفسيرها

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

الفصل الثاني: نشأة وتطور وسائل الإعلام الفلسطينية

- ❖ المبحث الأول: وسائل الإعلام الفلسطينية المقروءة "الصحف والمطبوعات".
- ❖ المبحث الثاني: وسائل الإعلام الفلسطينية المسموعة والمرئية "الإذاعة والتلفزيون".
- ❖ المبحث الثالث: الإعلام الإلكتروني على شبكة الإنترنت.

الفصل الثاني: نشأة وتطور وسائل الإعلام الفلسطينية

مقدمة

عُرِفَ الإعلام منذ القدم كجزء من نشاطات المجتمعات الإنسانية، وقد بدأ تطوره التلقائي من حيث الشكل والمضمون تبعاً لتطور تلك المجتمعات وتقدمها قبل أن يصل لمرحلة التبلور المفاهيمي المحدد وفق الضوابط والأسس والقواعد العلمية والمهنية.

فلقد تنبّهت الأنظمة السياسية قديماً إلى دور الإعلام كوسيلة للتواصل بين الحاكم والرعية وبين كيان سياسي وآخر، وبحكم توالي الدول الاستعمارية التي حكمت فلسطين على مر الزمن، عَرِفَ المجتمع الفلسطيني الصحافة قبل أن تعرفها العديد من المجتمعات العربية، حيث تنوعت وسائل الإعلام في فلسطين باختلاف ألوان الطيف السياسي، وتأثرت بما تعرضت له من حكم متعاقب بدءاً بالحكم العثماني ومروراً بالانتداب البريطاني والاحتلال الإسرائيلي وصولاً إلى السلطة الوطنية الفلسطينية التي شهدت انقساماً سياسياً في 14 يونيو/حزيران 2007م شَطَرَ الوطن إلى نصفين متباعدين فكراً وتوجهاً.

لقد تشكلت وسائل الإعلام من إعلام مقروء اشتمل على الصحف والمجلات، وإعلام مسموع اشتمل على الإذاعات الحكومية والخاصة، والإعلام المرئي الذي تمثل في محطات التلفزة والمواقع الإلكترونية. ومن هنا سنتطرق الباحثة في هذا الفصل إلى نشأة و تطور وسائل الإعلام الفلسطيني مستعرضة تاريخ نشأة وتطور وسائل الإعلام بأشكاله المختلفة المكتوبة منها والمرئية والمسموعة والإلكترونية.

المبحث الأول: وسائل الإعلام الفلسطينية المقررة "الصحف والمطبوعات"

عرفت فلسطين الطباعة قديماً قبل الكثير من الدول العربية وذلك عام 1830م، بفعل عوامل الانفتاح والاحتكاك بالمجتمعات الأوروبية من خلال البعثات التعليمية الموفدة من بعض دول الشرق إلى بعض الدول الأوروبية،¹ الذي انعكس على الاهتمام بالصحافة باعتبارها الأداة الإعلامية المتاحة والصوت المعبر عن آراء المواطنين من ناحية والحكومة من ناحية أخرى. حيث صدرت في العام 1876م أول صحيفة عرفت بصحيفة القدس الشريف تحت إشراف الحكومة العثمانية²، لترسم الملامح الأولى للصحافة الفلسطينية التي اتسمت بالتعبئة الجماهيرية والتحريض والدفاع عن الأرض.

مرت الصحافة الفلسطينية منذ نشأتها بخمسة مراحل متعاقبة منذ بداية العهد العثماني وحتى يومنا هذا، تأثرت كل مرحلة من هذه المراحل بالظروف السياسية والاجتماعية والعسكرية المختلفة المتعاقبة على فلسطين. وتتمثل هذه المراحل بالآتي:

المرحلة الأولى: الوسائل المقررة في ظل العهد العثماني (1876-1918م)

عاشت الصحافة الفلسطينية تحت إشراف الحكومة العثمانية منذ صدور صحيفة القدس الشريف عام 1876م،³ التي اشتملت على الفرمانات والأنظمة والأوامر الحكومية أجواءً ملؤها القهر والاستبداد،⁴ قبل وحتى بعد صدور القوانين التي تنظم عملها في عهد السلطان عبد الحميد عام 1876م.⁵

¹ معالي، خالد، أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين الضفة الغربية وقطاع غزة من عام 1996 إلى 2007، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م، ص 64.

² أبو شنب، حسين، الإعلام الفلسطيني، دار الجليل للنشر والدراسات والأبحاث الفلسطينية، الطبعة الأولى، عمان، 1988م، ص 27.

³ تريان، ماجد، الصحافة الفلسطينية، وزارة الإعلام الفلسطينية، فلسطين، 2008/2/20م. <http://www.minfo.gov.ps/Docs/saha4.doc>

⁴ أبو شنب، حسين، الإعلام الفلسطيني، مرجع سابق، ص 29.

⁵ أبو عياش، حافظ، دور الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية (جريدة القدس نموذجاً: 2004-2007م)، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م، ص 46.

فكان مكتب الصحافة التابع لوزارة المعارف في الولايات العثمانية يراقب الصحف ويتابعها، ويفرض العقوبات عليها وعلى الأشخاص الذين تقع على عاتقهم المسؤولية¹ والتي كانت تتراوح ما بين إنذار إلى ثلاثة إنذارات، وتعطيل ومن ثم إغلاق، وسجن لمدة تتراوح ما بين 3 أشهر إلى 3 سنوات.²

إلا أن عام 1908م يعتبر نقطة انطلاق للصحافة في فلسطين، وذلك بعد إعلان الدستور العثماني الذي نص على جواز إصدار الصحف، وإطلاق بعض الحريات أمام إصدارها، حيث بلغ عدد الصحف الصادرة في فلسطين حتى مطلع الحرب العالمية الأولى ستاً وثلاثين صحيفة منها: السياسية، والأدبية، والهزلية، صدر أكثرها أسبوعياً أو مرتين في الأسبوع.³ وكانت مدينة يافا ثاني المدن التي صدرت بها المطبوعات والجرائد بعد القدس، وتلتها حيفا التي صدرت فيها صحيفة الكرمل الحيفاوية في عام 1908م.⁴*

ومع اندلاع الحرب العالمية الأولى توقفت معظم الصحف الفلسطينية عن الصدور حتى الاحتلال البريطاني عام 1917م، حيث بدأت الصحافة التي وجدت في تلك الفترة رغم صغر حجمها، وتدني عمر إصدارها لدى بعضها، والأزمة المالية التي كانت تعاني منها لتطوير إمكانياتها، والضغوطات التي تعرضت لها من قبل السلطات العثمانية لكي تبتعد في نهج كتاباتها عن الكتابات السياسية التي تمس طبيعة حكم الاحتلال العثماني، وتوجهها إلى الانشغال بالأبحاث اللغوية والأدبية، بدأت مرحلة جديدة في

¹ سليمان، محمد، تاريخ الصحافة الفلسطينية (1817-1918م)، الاتحاد العام للكتاب والصحفيين الفلسطينيين، مؤسسة بيسان للصحافة والنشر والتوزيع، الجزء الأول، الطبعة الأولى، قبرص، 1987م، ص 135.

² أبو عياش، حافظ، دور الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية (جريدة القدس نموذجاً: 2004-2007م)، مرجع سابق، ص 48.

³ أبو شنب، حسين، الإعلام الفلسطيني تجاربه وتحدياته، مكتبة القادسية، خان يونس، فلسطين، 2001م، ص 18.

⁴ مروات، أحمد، تاريخ الصحافة في مدينة حيفا العربية، موقع ديوان العرب الإلكتروني، 2007/4/19م.

<http://www.diwanalarab.com/spip.php?article8720>

*صحيفة الكرمل: أسسها نجيب نصار الملقب بشيخ الصحافة الفلسطينية، عام 1908 واستمر صدورها حتى عام 1924م.

ظل ظروف سياسية واقتصادية جديدة استطاعت من خلالها القيام بخدمة الحاجات المحلية، وتقوية الإحساس بالوعي الوطني.¹

لم تستطع الصحافة الفلسطينية إبان هذه المرحلة القيام الواجبات التي من المفترض أن تقوم بها، من توعية المواطنين بسبب الضغوطات التي فرضتها عليها سلطات الاحتلال العثماني هذا من جانب، ومن جانب آخر بسبب الوضع المالي لهذه المؤسسات والوضع الثقافي داخل المجتمع حيث كانت نسبة الأمية لا تزال مرتفعة جداً داخل المجتمع الفلسطيني.

المرحلة الثانية: الوسائل المقروءة في ظل الاحتلال البريطاني(1918-1948م)

واجهت الصحافة الفلسطينية إبان الانتداب البريطاني إجراءات أشد قسوة من الحكم العثماني، للحد من قوة تأثير الصحافة في مقاومة الاحتلال البريطاني، والذي بدوره هو الآخر حد من حرية الصحافة إلا ما يلبي حاجاته ويتطابق مع مصالحه وأهدافه.

بعد أن تمكنت بريطانيا من احتلال فلسطين وإعلان الانتداب عليها، واستقرار القوات البريطانية عام 1917م، كان الاحتلال البريطاني معني بترقية وتعميم المواصلات والاتصالات بما يخدم مصالحه، فقد توجه بصورة أساسية إلى الصحافة كأحد أشكال الاتصال الجماهيري، محاولاً جذب الجماهير العربية.

وفي العام 1919م عادت الصحافة إلى الظهور من جديد² ممنوحة بعض الحريات السياسية، وشيئاً من الدعم الاقتصادي، نالت منه الصحافة الفلسطينية حصتها، فأعيد العمل بصحف معطلة مثل: النفائس عام 1919م والكرمل عام 1920م، وتلتها ظهور عدد من الصحف الجديدة بلغ عددها خلال فترة الحكم

¹ معالي، خالد، أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين الضفة الغربية وقطاع غزة من عام 1996 إلى 2007م، مرجع سابق، ص 57.

² شقير، نوفل، الصحافة في فلسطين زمن الانتداب البريطاني، أبحاث وزارة الإعلام الفلسطينية، مارس 2009م.

<http://www.minfo.ps/arabic/index.php?pagess=main&id=133>

العسكري البريطاني بين عامي 1919-1921م حوالي 18 صحيفة، من بينها 15 صحيفة عربية فلسطينية، وصحيفتان للمستوطنين اليهود، وصحيفة حكومية واحدة هي جريدة حكومة فلسطين الرسمية.¹ ولقد أبقت حكومة الانتداب البريطاني الصحف خاضعة لقوانين المطبوعات الجزائية العثمانية وتعديلاتها، ولم تحدث أية تغييرات عليها إلا بما يتناسب معها²، مما أبقى الصحافة الفلسطينية في حالة من الحصار.

وفي ظل حال الحركة الوطنية الفلسطينية التي اتسمت بالضعف والاضطراب والتي استمرت سبع سنوات بعد إعلان صك الانتداب عام 1922م، أغرى هذا الضعف الاحتلال البريطاني بزيادة الحصار على الصحافة الفلسطينية. وبجانب التشريعات العثمانية الجائرة الخاصة بالصحافة الفلسطينية، وضعت حكومة الانتداب مجموعة أخرى من القوانين التي كانت أكثر تصلباً وتشدداً من سابقتها، وكانت دائرة التحقيق الجنائي تتولى مهمة الإشراف على الصحف³، وزاد الأمر تضيقاً على الصحافة الفلسطينية عام 1921م عندما أجمعت الصحافة الفلسطينية على رفض وعد بلفور، حيث أخضعت سلطات الاحتلال البريطاني الصحف لدائرة التحقيقات الجنائية المرتبطة بالسكربتير العام للحكومة البريطانية،⁴ في الوقت الذي أصدرت قيادة الجيش البريطاني في 11 أبريل/ نيسان 1924م العدد الأول من صحيفتها الرسمية والتي أسمتها الأخبار الفلسطينية The Palestinian News⁵، وكانت تصدر باللغة العربية.

¹ خلف، سهيل، حرية الصحافة في عهد السلطة الفلسطينية من عام 1994 إلى 2004م وأثرها على التنمية السياسية في فلسطين (الضفة الغربية وقطاع غزة)، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2005م، ص16.

² سليمان، محمد، الصحافة الفلسطينية وقوانين الانتداب البريطاني، الاتحاد العام للكتاب والصحفيين الفلسطينيين، مؤسسة بيسان للصحافة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1988م، ص44.

³ سليمان، محمد باسل: القوانين البريطانية وتطور الصحافة الفلسطينية، الحوار المتمدن، العدد 2157، 2008/1/11م.

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=121278>

⁴ خلف، سهيل، الصحافة في عهد السلطة الفلسطينية من عام 1994 إلى 2004م وأثرها على التنمية السياسية في فلسطين (الضفة الغربية وقطاع غزة)، مرجع سابق، ص16.

⁵ البردويل، محمد حسين، الصحافة ونشأتها وتطورها، مطبعة منصور، الطبعة الأولى، 1996م، ص44.

على الرغم من ذلك لعبت الصحافة الفلسطينية خلال مرحلة الثورة الفلسطينية التي امتدت من 1936م إلى 1939م دوراً بارزاً في تعبئة المواطن الفلسطيني وتوعيته من مخاطر الصهيونية والاستعمار البريطاني، كما وساهمت في لعب دور بارز في التصدي لحكومة الانتداب، ومن ورائها الحركة الصهيونية، حيث نبهت إلى مخاطر المؤسسات اليهودية العاملة في فلسطين والأخطار المحدقة بالمنطقة من وراء الوجود اليهودي على الأرض الفلسطينية، وتعززت مكانة الصحافة الفلسطينية وقويت الكفاءة المهنية التي كان ورائها العاملون فيها، مما دفع قوات الانتداب التشديد من قبضتها على الصحف وقامت بإغلاق صحيفتي اللواء والدفاع.¹

نخلص القول أن الصحافة الفلسطينية منذ ظهورها لعبت دوراً نشطاً في توعية المواطن الفلسطيني عبر النخب المثقفة داخل المجتمع، والتي كانت لها دور كبير في التأثير على أفراد المجتمع، لتشكيلها من عائلات قادة الحركة الوطنية، من مخاطر الحركة الصهيونية، والدعم البريطاني لها من أجل تنفيذ إقامة وطن قومي لليهود في فلسطين، على الرغم من قيام قوات الاحتلال البريطاني بإصدار القوانين، واستخدامها لشتى الوسائل لتضييق الخناق على الصحافة الفلسطينية بهدف إخماد صوتها.

لقد لعبت الصحافة الفلسطينية إبان هذه الفترة دوراً كبيراً في ظل ارتفاع نسبة المتعلمين داخل المجتمع الفلسطيني بعد انتشار التعليم ووصوله للمرحلة الثانوية، عبر التوعية والتحريض ضد الاحتلال البريطاني وفضح دوره في السعي لإقامة كيان صهيوني، وحثت الصحافة الفلسطينية على ضرورة محاربة المشروع الصهيوني، وحذرت من مخاطر استمرار الهجرة اليهودية إلى فلسطين، لقد كان دورها فاعل وبناء في توعية المجتمع من أهم المخاطر التي تواجهه، والتأكيد على دورها الفاعل والمؤثر محاولة الاحتلال البريطاني قمع الصحافة الوطنية وإخماد صوتها.

¹ معالي، خالد، أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين " الضفة الغربية وقطاع غزة من عام 1996 إلى 2007م، مرجع سابق، ص 67.

المرحلة الثالثة: الوسائل المقروءة في الضفة الغربية وقطاع غزة في الفترة من

(1948-1967م)

بعد نكبة عام 1948م وإعلان قيام إسرائيل على أرض فلسطين، تم طرد وتهجير مئات الآلاف من أبناء الشعب الفلسطيني خارج أرضه، إلى مناطق الضفة الغربية شرق القدس التي أصبحت فيما بعد خاضعة للحكم الأردني، وقطاع غزة الذي أصبح خاضعاً لإشراف الإدارة المصرية، ومخيمات اللجوء في الدول العربية، والذي بدوره عكس واقع جديد على الصحافة الفلسطينية، وأصبحت كل منطقة تخضع لقوانين الجهة التي تسيطر عليها، فارتبطت الصحافة في الضفة الغربية بالتشريعات الإعلامية الأردنية، وارتبطت الصحافة في قطاع غزة بإدارة الحاكم الإداري المصري¹. وقد غلب على صحافة تلك المرحلة طابع الصحافة الحكومية.

أولاً: الوسائل المقروءة في الضفة الغربية في ظل الحكم الأردني

انتعشت الصحافة بشكل كبير في ظل الحكم الأردني، إلى درجة أن الأردن اعتبرت الضفة جزءاً لا يتجزأ من أراضي المملكة الأردنية، وهذا انعكس على أحوال الفلسطينيين في الضفة الغربية، حيث تفرسوا على العمل الصحفي في الأردن وغيره من البلاد العربية، وفتحت لهم أبواب العمل، وهيات لهم الظروف لممارسة العمل الصحفي، واعتبرت الفترة ما بين 1951-1957م الحقبة المزدهرة في تاريخ الصحافة الفلسطينية في ظل الحكم الأردني، حيث ظهرت عشرات الصحف بلغ عددها ثمانى عشرة جريدة ومجلة، منها 12 ظهر في الخمسينيات و6 في الستينيات موزعة بين القدس ورام الله والخليل وبيت لحم ونابلس. وساعد في ذلك ارتفاع نسبة المتعلمين بين الفلسطينيين. ولكن سرعان ما قامت السلطات الأردنية في عام

¹ تريان، ماجد، الصحافة الفلسطينية، وزارة الإعلام الفلسطينية، فلسطين، 2008/2/20. <http://www.minfo.gov.ps/Docs/saha4.doc>

1966م بإغلاق معظم هذه الصحف الفلسطينية ومن ثم دمجها في مؤسستين صحفيتين هما القدس والدستور التي أخضعتهما للرقابة الصارمة.¹

ثانياً: الوسائل المقروءة في قطاع غزة تحت الإدارة المصرية

بدأت الصحافة في قطاع غزة متأخرة عن سواها من المناطق الفلسطينية الأخرى، كيافا والقدس وحيفا حيث صدرت أول صحيفة في قطاع غزة عام 1927م باسم صوت "الحق" التي أصدرها المحامي فهمي الحسيني ثم أصدر معها مجلة "الحقوق" متخصصة بالشؤون الحقوقية والمراجع القانونية.

وبعد أن أصبح قطاع غزة تحت الإدارة المصرية، أصبحت الصحافة الفلسطينية في عهدها مقيدة بالقوانين التي تتعامل معها الحكومة المصرية في مصر، والتي تتناسب مع طبيعة النظام الحاكم، والتي أدت إلى الحد من حرية التعبير، والحد من حرية توزيع الصحف بين الجماهير. على الرغم من ذلك فقد صدرت في قطاع غزة عدة صحف منها جريدة "غزة" في الفترة 1954م-1962م والصرافة الأسبوعية، وصحيفة اللواء الأسبوعية، وجريدة الرقيب الأسبوعية، وجريدة الوطن العربي، والجريدة اليومية السياسية التحرير بالاشتراك مع دار أخبار اليوم المصرية وأصبح اسمها أخبار فلسطين، وقد صدر العدد الأخير منها عشية اندلاع الحرب الإسرائيلية العربية في الرابع من حزيران 1967م. ومن جهتها اعتمدت المنظمات الفلسطينية في الستينيات على المنشور السياسي والنشرة الداخلية الأسبوعية أو الشهرية، وجميع الصحف التي صدرت في تلك الفترة هي صحف صغيرة ومتواضعة، وقد غلب عليها طابع الخيرية، وكانت تعبر عن وجهات نظر مصدريها من خلال المقالات التي تعالج المواضيع السياسية والقضايا الوطنية. بصورة عامة بقيت الصحافة في قطاع غزة مختلفة عن نظيرتها في الضفة الغربية، وهذا ما دفع البعض إلى الانتقال إلى القدس لتأسيس صحف فيها.²

¹ اللوح، دياب، تأثير الصحافة على صناعة القرار السياسي، مكتبة التخطيط، غزة، 2003م، ص 66.

² تريان، ماجد، الصحافة الفلسطينية، جامعة الأقصى، 2008م، ص 8-9.

المرحلة الرابعة: الوسائل المقروءة في عهد الاحتلال الإسرائيلي من عام 1967-

1994م

مع نشوب حرب عام 1967م ووقوع الضفة الغربية وقطاع غزة وهضبة الجولان وصحراء سيناء تحت الاحتلال الإسرائيلي، توقفت الصحف العربية عن الصدور، كما قامت سلطات الاحتلال الإسرائيلي بإصدار جريدة اليوم لتسد عن الإعلام العربي في الضفة والقطاع إلا أن محاولاتها هذه باءت بالفشل، ثم عادت فدفت في 24 أكتوبر/ تشرين الأول 1968م بصحيفة الأنباء، وتلتها صحيفة المرأة التي سرعان ما فشلت الأخرى وتم إغلاقهما بسبب مقاطعة الجماهير العربية الفلسطينية لها، وبقيت الحركة الوطنية والصحافيون الفلسطينيون في حيرة وارتباك إزاء الأوضاع الجديدة، التي أدت إلى انطلاقة جديدة للقضية الفلسطينية، انعكس ذلك على الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والإعلامية.¹

في هذه الفترة واجهت الصحافة العديد من المصاعب وقمع الأقلام الحرة، وتضييق الخناق على حرية الصحافة، وكان من أبرزها مقص الرقابة العسكرية الإسرائيلية. وفي أواخر عام 1968م صدرت جريدة القدس، وتوالى إصدار الصحف، حيث صدرت في عام 1970م بمدينة بيت لحم صحيفة الشعب، وفي عام 1972م صدرت صحيفة الفجر المقدسية.²

لقد أحدثت هزيمة حزيران انعطافاً حاداً للصحافة المقاومة، فنهضت للالتفات لدور الشعب الفلسطيني في معركة التحرير، وضرورة إبراز الهوية الوطنية، وقد كان للتعدد التنظيمي في الساحة الفلسطينية على اختلاف المناهل والمشارب والأيدولوجيات أثر كبير في تحديد طبيعة صحافة المقاومة، التي زاوجت بين الهم الفلسطيني والفكر التنظيمي.³

¹ عاشور، انشراح، الصحافة الفلسطينية تحت الاحتلال في الضفة الغربية وقطاع غزة، مجلة صامد الاقتصادية، السنة 17، العدد 768، 1989م، ص63.

² أبو شنب، حسين، الإعلام الفلسطيني، مرجع سابق، ص 120، 122.

³ كريم، محمد، صحافة المقاومة في الشتات، مجلة صامد الاقتصادي، السنة السابعة عشر، العدد 102، كانون الأول 1995م، ص125.

وعلى الرغم من المضايقة المتواصلة من قبل سلطات الاحتلال على الصحف والمجلات والصحافيين، مستخدمة صلاحيات أنظمة الطوارئ، التي تمنحها الحق في إغلاق أي صحيفة تعارض سياستها.¹ فقد تم إصدار ما يقارب 22 رخصة لتأسيس صحف داخل القدس المحتلة، منها اليومية والأسبوعية خلال الفترة من عام 1967م وحتى عام 1987م.²

استطاعت الصحافة الفلسطينية أن تتحدى كل الممارسات القمعية ضدها وتؤدي رسالتها، حيث نجحت في تعبئة الجماهير الفلسطينية تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية الملحة، كما عززت الرأي العام الوطني المعادي للمحتل، علاوةً على تأسيسها جيل جديد يدرك أهمية الصحافة، فضلاً عن تعريفها بالشخصية الوطنية الفلسطينية، وتأكيداً على إبراز هويتها، عبر مختلف الأجناس الصحفية، وأشكال الإبداع الفني والأدبي.³

المرحلة الخامسة: الوسائل المقروءة في عهد السلطة الوطنية من 1994 - 2009م "

تحت الاحتلال "

شهدت الحركة الإعلامية الفلسطينية على أرض الوطن وفي ظل النظام السياسي الفلسطيني الذي نشأ بعد قيام السلطة الوطنية الفلسطينية، نشاطاً إعلامياً ملحوظاً وحرية واسعة، فلقد تميزت هذه المرحلة باحتواء النظام السياسي العملية الإعلامية لكافة الأشكال الطباعية والصحفية والنشر والإعلان، والإذاعات الرسمية والأهلية، والإعلام الفصائلي، وإعلام المؤسسات العامة، والأنشطة النقابية والأهلية.⁴

¹ التلحمي، عبدالرازق، وسائل الإعلام في الأرض المحتلة، المركز العربي للبحوث والدراسات، القدس نيسان 1988م، ص9.

² تريان، ماجد، الصحافة الفلسطينية، جامعة الأقصى، مرجع سابق، ص10.

³ عاشور، انشراح، الصحافة الفلسطينية تحت الاحتلال في الضفة الغربية وقطاع غزة، مجلة صامد الاقتصادية، مرجع سابق، ص80.

⁴ فودة، محمد، دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في محافظات غزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، 2006م، ص60.

حيث عملت السلطة منذ قدومها على إصدار قانون المطبوعات والنشر الذي ينظم علاقتها مع الصحافة، حيث تم إعطاء تراخيص لإصدار الصحف، كان أولها صحيفة فلسطين التي صدرت في 23 سبتمبر/ أيلول 1994م، ولم تدم هذه الصحيفة طويلاً حيث صدر منها حوالي 14 عدد ثم توقفت، كما صدرت في 10 نوفمبر / تشرين الثاني 1994م صحيفة الحياة الجديدة، وهي مقربة من السلطة، بدأت أسبوعية ثم تحولت يومية، كما صدرت في 8 ديسمبر/ كانون الأول 1994م صحيفة الوطن الناطقة باسم حركة المقاومة الإسلامية حماس، وصحيفة الاستقلال الناطقة باسم حركة الجهاد الإسلامي عام 1995م، وفي نهاية 1995م صدرت صحيفة البلاد وصحيفة الأيام اليومية، وصدرت عن أجهزة السلطة عدة صحف ومجلات منها الأقصى والساحل والزيتونية والرأي والصباح.¹

وصدرت في غزة في شهر مارس عام 1995م صحيفة الكرامة الأسبوعية، وهي الناطقة باسم حركة فتح في فلسطين، وصدرت في شهر نوفمبر عام 1997م صحيفة الرسالة اليومية وكانت تنطق باسم حزب الخلاص الوطني الإسلامي ولاحقاً أصبحت ناطقة باسم حركة حماس، كما صدرت في بداية عام 1997م عن مركز فلسطين للدراسات والبحوث المقرب من حركة الجهاد الإسلامي مجلة فلسطين غير دورية. ومع دخول انتفاضة الأقصى 2000م شهدت الصحافة نهضة كبيرة، وجدت حريتها الكاملة، وبعد سيطرة حركة حماس على قطاع غزة في 14 يونيو/ حزيران 2007م تعرضت الصحافة ولا زالت للعديد من المضايقات حيث منع توزيع صحيفة القدس والأيام والصباح والحياة الجديدة والكرامة، وسمح بالتوزيع للصحف المقربة من حركة حماس كصحيفتي الرسالة وفلسطين، إلى جانب النشرات التي تصدرها أجهزتها الأمنية والمدنية لتدعم مواقفها.²

¹ أبو عياش، حافظ، دور الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية جريدة القدس نموذجاً 2004-2007م، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م، ص95

² أبو عياش، حافظ، دور الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية جريدة القدس نموذجاً 2004-2007م، مرجع سابق، ص96.

نخلص القول إلى أنه: بالرغم من أن الصحافة عرفت في فلسطين قديماً، وسبقت العديد من الدول العربية في الظهور لأسباب متعددة ومتنوعة، وبالرغم من ما تعرضت له الصحافة من اضطهاد وتتكيل وإغلاق العديد من الصحف على مر المراحل الزمنية المختلفة، سواءً على صعيد الاحتلال البريطاني أو الإسرائيلي، أو على صعيد الأنظمة العربية، التي كانت غالباً ما تحولها لصحافة حكومية، تنشر أنظمة وقوانين أو تقدم دعم لها لكسب الجمهور الفلسطيني، والانتكاسة الكبيرة التي لحقت بالصحافة في قطاع غزة لسيطرة حماس على قطاع غزة في 14 يونيو/ حزيران 2007م، إلا أن الصحافة استمرت في تأدية رسالتها، وتصدى القائمون عليها لسياسة القمع والظلم وسياسة التهجير وغيره من السياسات القهرية العنصرية الأخرى، كما عملت الصحافة على تعبئة الجمهور بروح الثبات والصمود والتحدى، مما اكسبها احترام الجمهور وثقته، بغض النظر عما كان يؤخذ عليها من تدني مستواها أو قلة الكفاءات المهنية، الذي يرجع إلى عامل الاحتلال والظروف التي مر بها الشعب الفلسطيني خلال المراحل المختلفة.

على الرغم من ذلك؛ فإن الصحافة الفلسطينية مستمرة في أدائها لرسالتها على الرغم من الظلم الواقع عليها من الأعداء والأخوة معاً.

المبحث الثاني: وسائل الإعلام الفلسطينية المسموعة والمرئية "الإذاعة والتلفزيون"

أولاً: الإذاعة

الإذاعة الفلسطينية قبل العام 1948م

عرفت فلسطين الإذاعة في عهد الانتداب البريطاني عام 1936م، حيث أنشأت دار الإذاعة الفلسطينية "هنا القدس" في القدس ورام الله من جانب الحكومة البريطانية عام 1936م باللغة العربية، وكانت الإذاعة الفلسطينية ثاني إذاعة في العالم العربي بعد إذاعة القاهرة التي أنشأت في العام 1934م، واستهدف البريطانيون من هذه الإذاعة الوصول إلى الجمهور العربي واليهودي معاً، وتقديم بديل لراديو باري الذي كان يبث من إيطاليا، حيث كانت إيطاليا في عهد موسيليني أول دولة استعمارية تبث باللغة العربية إلى العالم العربي، وتتخذ موقفاً عدائياً تجاه بريطانيا، ولذا كان لابد من إيجاد برامج مضادة تبثها حكومة الانتداب البريطانية عبر الإذاعة الفلسطينية لتطرح وجهة نظرها¹.

الإذاعة الفلسطينية منذ 1948-1967

نشأت خلال هذه الفترة العديد من الإذاعات الفلسطينية المستقلة بذاتها، بالإضافة إلى تخصيص بعض الإذاعات العربية أوقاتاً للفلسطينيين تأخذ شكل برنامج يومي يقدمه الفلسطينيون تحت الإشراف الرسمي للدولة، ويخضع لسياساتها العامة، ويعود الفضل في هذا المجال إلى إذاعة صوت العرب التي اعتمدت نهجاً قومياً لمساعدة الشعوب لتحرير أوطانها، ومن هذه الإذاعات: إذاعة فلسطين في القاهرة، وإذاعة فلسطين من دمشق، وصوت فلسطين (صوت منظمة التحرير الفلسطينية)، والإذاعة الفلسطينية².

¹ الدواوسة، سلاح، استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية والإشاعات المتحركة، بحث غير منشور الجامعة الإسلامية، 2002م، ص 185.

² أبو شنب، حسين، هنا القدس دار الإذاعة الفلسطينية، منشورات مركز دراسات أبحاث الوطن، مكتبة القادسية للنشر، غزة، 2002م، ص 88 -

الإذاعة الفلسطينية منذ 1968م - 1993م

نشأت في هذه الفترة العديد من الإذاعات وكانت جميعها تبث من أراضي الدول العربية، وغالباً ما

كانت تكون تابعة للفصائل الفلسطينية وعلى سبيل الذكر لا الحصر منها:

إذاعة العاصفة: قدمها الزعيم الراحل جمال عبد الناصر هدية لحركة التحرير الوطني الفلسطيني

"فتح" وقد كانت تعبيراً عن تأييد الزعيم الراحل عبد الناصر المطلق للعمل الفدائي الذي أثبت وجوده بعد

هزيمة 1967م. بدأت الإذاعة ببث برامجها في آيار 1968م، لمدة ساعة واحدة يومياً، وكانت تقدم

النداءات والفقرات، والكلمات السياسية، حيث أغلقت في 28 يوليو/ تموز 1970م.¹

إذاعة صوت فلسطين... صوت الثورة الفلسطينية: تعتبر هذه الإذاعة امتداداً لإذاعة منظمة التحرير

الفلسطينية، والتغيير الطفيف في الاسم يعود إلى ما بعد إغلاق إذاعة (م.ت.ف) وإذاعة العاصفة في 28

يوليو تموز 1970م، وتم إغلاق هذه الإذاعة في العام 1975م بعد اتفاقية سيناء، وأعيد فتحها بعد مذبحه

تل الزعتر في حزيران 1976م، وتم إغلاقها نهائياً في 19 أكتوبر تشرين الأول 1977م.²

وهناك العديد من الإذاعات كإذاعة زمزم التي كانت تبث من الأردن وكانت ناطقة باسم الثورة

الفلسطينية واستمرت أشهراً قليلة حيث انتهت مع خروج قوات المقاومة من الأردن إلى لبنان، وإذاعة درعا

التي أهدتها الصين الشعبية لحركة "فتح". وإذاعة بيروت وكانت الإذاعة الرسمية للمنظمة بعد إغلاق

السلطات المصرية لإذاعة المنظمة، وقد أغلقت تماماً في 21 فبراير شباط 1977م.³

وفي بداية عام 1987م لم تكن توجد إذاعات فلسطينية تتبع أي من الفصائل الفلسطينية؛ بسبب

إغلاق جميع الدول العربية للإذاعات الفلسطينية داخل أراضيها، وفي أول يناير كانون الثاني مع اندلاع

¹ أبو شنب، حسين، هنا القدس دار الإذاعة الفلسطينية، مرجع سابق، ص 88.

² الخوالده، محمد ناصر، إذاعة المقاومة الفلسطينية (1968 - 1982م) ودورها في إيضاح القضية العادلة للشعب الفلسطيني وحلها، يناير

2007م، ص 23 - 24.

³ الدواوسة، سلاح، استخدامات الجمهور الفلسطيني للفتنات الفضائية والإشاعات المتحققة، مرجع سابق، ص 136 - 139.

الانتفاضة أنشأت الجبهة الشعبية القيادة العامة في بيروت إذاعة صوت فلسطين، بهدف التواصل مع الشعب الفلسطيني في داخل وخارج الأراضي الفلسطينية المحتلة، ومع القواعد في المخيمات والقرى والمدن الفلسطينية ومع خارج فلسطين، حيث بدأت الإذاعة تبث برامجها من دمشق بإشارة مميزة (هنا إذاعة القدس العربية الفلسطينية لتحرير الأرض والإنسان)¹، وقد تميزت الإذاعة بإرسال مسموع واضح غطى الأرض المحتلة، وحاولت السلطات الإسرائيلية إغلاق هذه الإذاعة، كما طالبت سوريا بإغلاقها أثناء انعقاد مؤتمر مدريد 1992م، إذ اتهمتها بعدم الرغبة في السلام لسماعها لهذه الإذاعة بالعمل في أراضيها، مما يدل على نجاح الفلسطينيين في استخدام الإعلام لخدمة الانتفاضة².

الإذاعة الفلسطينية في عهد السلطة الفلسطينية 1994م "تحت الاحتلال"

بعد قدوم السلطة الفلسطينية إلى الأراضي الفلسطينية المحتلة من خلال اتفاقية أوسلو تم الاتفاق على إقامة الإذاعة الفلسطينية، حيث بدأت بثها التجريبي في 2 يوليو/ تموز 1994م بخطاب للرئيس ياسر عرفات، وفي أكتوبر تشرين الأول 1994م بدأ البث الرسمي للإذاعة، حيث عملت في البداية من استوديوهات أنشأت في أريحا، وفي عام 1995م بثت الإذاعة الفلسطينية إرسالها من مبنى الإرسال التاريخي في رام الله، وعلى موجة فلسطين القديمة وهي (AM) على تردد 675 ميغا هيرتز. وبعد العقوبات التي حالت دون وصول هذا البث إلى قطاع غزة، تم الاتفاق في شهر يناير/ كانون الثاني 2000م على إنشاء إذاعة جديدة في شرق غزة في تل المنطار سميت إذاعة فلسطين - البرنامج الثاني على موجة (FM102)،³ ومع اندلاع انتفاضة الأقصى عام 2000م تعرضت مقار ومباني السلطة الفلسطينية إلى التدمير من قبل قوات الاحتلال الإسرائيلي حيث قامت بتدمير المبنى الرئيسي لصوت فلسطين في رام الله

¹ الدواوسة، سلاح، استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية والإشاعات المتحركة، مرجع سابق، ص137.

² داوود، عبد الكريم داوود، دور الإذاعة الفلسطينية الخاصة بقطاع غزة في التنقيف السياسي لطلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية دراسة ميدانية، دراسات إعلامية 2، مواطن المؤسسة الفلسطينية لدراسات الديمقراطية، رام الله، 2005م، ص121.

³ يونس، محمد، وأبو خضيران، أشرف، اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية بغزة نحو الاستماع إلى الإذاعات الخاصة في فلسطين، بحث غير منشور، الجامعة الإسلامية، غزة، 2003م، ص35.

وحولته إلى أنقاض¹، وبعد مضي أربعة أشهر من انتفاضة الأقصى 2000م، تم تدمير مقر إذاعة صوت فلسطين البرنامج الثاني المبنى الرئيسي الذي ضم تقنيات وتجهيزات هيئة الإذاعة والتلفزيون في منطقة تل الهوى، كما أنشئت إذاعات خاصة في فلسطين نذكر منها إذاعة صوت الحرية، وإذاعة صوت الشباب، إذاعة الأقصى، وإذاعة صوت عمال فلسطين، وإذاعة ألوان وإذاعة المنار وإذاعة الشباب وغيرها.²

لقد استطاعت الإذاعات الفلسطينية أن توحد الكلمة الفلسطينية بين الفصائل التنظيمات، وتوحيد الرأي العام الفلسطيني تجاه القضايا، وتوحيد أخبار المقاومة الفلسطينية لكل الفصائل الفلسطينية، والتعبير عن المواقف الرسمية لمنظمة التحرير الفلسطينية، ونقل الصورة الحقيقية للحركة الوطنية الفلسطينية والنضال الوطني إلى الرأي العام العالمي والعربي، ونقل أخبار الفصائل والمقاومة إلى الفلسطينيين في مخيمات اللجوء في الدول العربية وإلى الفلسطينيين في الداخل.

ثانياً: التلفزيون الفلسطيني

يعد التلفزيون من أهم الوسائل وأكثرها تأثيراً في الرأي العام لمحاربة التخلف والجهل، وإحداث تعاون بين الفرد والمجتمع في تنفيذ خطط التنمية وبناء الشخصية المثقفة الفاعلة والقادرة على استيعاب نظم وآليات التقدم والتطور، كما ويعتبر التلفزيون أحد المؤسسات الثقافية السياسية المهمة في المجتمع التي لها دور في تثقيف المجتمع من خلال ما يعرض من برامج، وتزويد المجتمع بالمعلومات السياسية التي تمكنهم من إدراك المفاهيم، والمرور بالخبرات واكتساب المهارات، وتكوين الاتجاهات وتعديل السلوك، وإذا كانت وسائل الإعلام والاتصال تلعب دوراً في نشر المعارف، ودفع عجلة الأنشطة الثقافية السياسية

¹ الدواوسة، سلاح، استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية والإشاعات المتحركة، مرجع سابق، ص194.

² داود، عبد الكريم داود، دور الإذاعة الفلسطينية الخاصة بقطاع غزة في التثقيف السياسي لطلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص1.

وتعميق الثقافة السياسية لدى أفراد الشعب، فإن ذلك زاد وضوحاً في حالة التلفزيون الذي أصبح على رأس وسائل الإعلام من حيث سعة الانتشار، وعمق التأثير، ومن هنا كانت خطورة الدور الذي يقوم به في الحياة الثقافية سلباً أو إيجاباً، والمسئولية الضخمة لهذه الوسيلة في ترشيد تأثيرها الثقافي السياسي.¹

هذا واعتمدت السلطة الوطنية الفلسطينية على الإذاعة والتلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى، لتمهيد لقيام دولة مستقلة، ولتخطي التحديات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وإصلاح ما أفسده الاحتلال من مظاهر التخلف والجهل للرقى بالمجتمع في كافة المجالات تمهيداً لإقامة الدولة الفلسطينية المستقلة.

انطلاقاً من ذلك، فقد توجه الاهتمام الفلسطيني مبكراً إلى الإذاعة التي تحتاج إلى طاقات بشرية محدودة وإمكانات وتجهيزات أقل تكلفة، ويسهل نقلها من مكان إلى مكان آخر، بعكس البث التلفزيوني خاصة الفضائي الذي يلقي رواجاً كبيراً بفعل الانطلاقة العلمية الواسعة في علوم الاتصالات والأقمار الاصطناعية، كما أن حالة التشتت للفلسطينيين في الدول المختلفة بفعل احتلال وطنهم وطردهم منه كان السبب الرئيس في عدم تمكنهم من إنشاء تلفزيون فلسطيني، خاصة وأنهم كانوا ثاني دولة عربية في إنشاء الإذاعة، وحدثت مفاوضات مضنية وشاقة مع الإسرائيليين للحصول على موجات البث الإذاعي والتلفزيوني، وظهرت التجربة الأولى للفلسطينيين في مجال التلفزيون على أرض فلسطين بظهور أول تلفزيون فلسطيني في سبتمبر/ أيلول 1994م، بعد أن استطاعت إقامة محطات إرسال على تلة المنطار المشهورة في غزة على تردد 31 UHF وذلك بمساعدة فنية فرنسية.²

وفي 30 مارس/ آذار 2000م بدأت الفضائية الفلسطينية عملها حيث أدت دوراً بارزاً في فضح ممارسات الاحتلال والعدوان الإسرائيلي أثناء انتفاضة الأقصى عام 2000م، وفي 20 نوفمبر/ تشرين

¹ أبو الجديان، عماد، العلاقة التنموية بين البرامج التلفزيونية وطلبة الإعلام دراسة تطبيقية على طلبة الإعلام بجامعة الأقصى، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى وعين شمس، 2006م، ص 33 - 34.

² أبو شنب، حازم، دور وسائل الإعلام في تنمية القيم التربوية لدى الشباب الجامعي الفلسطيني، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى وجامعة عين شمس، 2004، ص 95.

الثاني 2000م قامت طائرات الاحتلال الإسرائيلي بقصف موقع المنطار للبث الإذاعي والتلفزيوني وتدمير

المكان، إلا أنه قد أعيد البث الإذاعي والتلفزيوني بعد فترة وجيزة من مكان آخر.¹

وتعد تجربة التلفزيون الفلسطيني والفضائية الفلسطينية جديدة على العمل الإعلامي الفلسطيني وكوادره، في ظل التسابق العلمي والعالمي في التقنيات والإمكانيات، ويلاحظ بوضوح حجم العبء والمسؤوليات التي كانت على عاتق القائمين على هيئة الإذاعة والتلفزيون، الذين تحملوا عبئاً كبيراً في ظروف الحصار والإغلاق، وقلة الموارد المالية، وقاموا بدور فاعل في شرح حجم المعاناة الإنسانية التي يواجهها الفلسطينيون من الاحتلال في حياتهم اليومية في مختلف المجالات.

أما في الضفة الغربية فقد بدأ البث التلفزيوني التجريبي من استوديوهات أريحا في شهر يونيو/حزيران 1995م، ثم انتقل البث إلى استوديوهات هيئة التلفزيون في رام الله، وفي 9 نوفمبر/تشرين الثاني 1996م تطور البث التلفزيوني الذي كان على مجموعة من موجات UHF حسب المحافظات بعد بدء العمل في الفضائية الفلسطينية لتوصيل الرسالة الإعلامية الفلسطينية إلى الفلسطينيين في الشتات، وفضح ممارسات الاحتلال في الأراضي الفلسطينية المحتلة، وإلى خارج نطاق حدود الأراضي الفلسطينية، من خلال البث التجريبي على القمر المصري نايل سات 101 في يناير/كانون الثاني 1999م، حتى 6 فبراير/شباط 1999م، وبتاً تجريبياً آخر على القمر الصناعي العربي عرسات 3A بتاريخ 23 يونيو/حزيران 1999م، وفي 3 يوليو/تموز 1999م بدأ البث الرسمي للفضائية الفلسطينية على القمرين، وفي أوائل شهر يوليو/تموز 1999م زاد نطاق تغطية البث ليشمل الأمريكتين على القمر TELESTARS لأمریکا الشمالية وعلى القمر INTELSAT لأمریکا الجنوبية.²

لقد استطاع التلفزيون الفلسطيني القيام بدوره من خلال تثقيف المجتمع وتزويده بالمعلومات السياسية التي تمكنه من إدراك المفاهيم، وعمل على تكوين الرأي العام وقد كان جلياً وواضحاً في انتفاضة الأقصى

¹ أبو شنب، حسين، هنا القدس دار الإذاعة الفلسطينية، مرجع سابق، ص 9.
² أبو شنب، حسين، هنا القدس دار الإذاعة الفلسطينية، مرجع سابق، ص 10.

عام 2000م، كما وعمل على تعديل السلوك والممارسات الخاطئة داخل المجتمع، ونشر المعرفة، وتعميق مفاهيم المواطنة لدى أبناء المجتمع وتعريفهم بالحقوق الممنوحة لهم، والواجبات المفروضة عليهم.

المبحث الثالث: الإعلام الإلكتروني على شبكة الإنترنت.

عرفت الضفة الغربية وقطاع غزة الإعلام الإلكتروني مبكراً إذا ما قورنت بجيرانها من الدول العربية، بالرغم من الإمكانيات المحدودة ونقص الخبرات في مجال النشر الإلكتروني، بالإضافة إلى الظروف السياسية والاجتماعية التي مر بها الشعب الفلسطيني، فقد استطاعت هذه الوسائل أن تجد لها موطئ قدم على شبكة الإنترنت، والواضح أن الفلسطينيين حاولوا محاكاة دولة الاحتلال لاعتقادهم بأن الإعلام على الإنترنت عنصر أساسي في الصراع القائم، إضافة إلى أهمية هذه الوسائل في لعب دوراً مهماً للتعريف بالقضية الفلسطينية، ومعاونة الشعب الفلسطيني.

كان من أبرز المؤسسات الإعلامية السبّاقة في هذا المجال هي مؤسسة الأيام للمطبوعات والنشر، ومقرها في مدينة رام الله، والتي تصدر عنها جريدة الأيام اليومية الفلسطينية، الذي بدأ وجودها على الإنترنت منذ شهر تشرين أول 1995م، وتسجيلها الرسمي باسمها الحالي في 8 يونيو/ حزيران 1996م لدى Net Work Solution، وقد اعتمدت صحيفة القدس الإنترنت عام 1997م، وتلاها عدد كبير من الصحف اليومية والأسبوعية، ثم تطور الأمر ليشمل محطات الإذاعة والتلفزيون وغيرها من أشكال الخدمات الإعلامية وكان موقع شبكة الأمين الإعلامية الذي انطلق في شهر آذار عام 1996م، أول موقع إلكتروني إخباري.¹

لكن القفزة النوعية في عدد المواقع الإعلامية الفلسطينية على شبكة الإنترنت جاءت مع بدء انتفاضة الأقصى 2000م، وما صاحبها من معارك إعلامية بين جهة النظر الفلسطينية وجهة النظر الإسرائيلية، وكان من الواضح أن الإنترنت هي الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي يمكن من خلالها الوصول

¹ أبو وردة، أمين، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي "طلبة جامعة النجاح نموذجاً" (2000 - 2007)، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م، ص 66- 67.

لأكبر عدد من الأشخاص في العالم دون الحاجة لإمكانات أو قدرات عالية، ودون الخوف من السيطرة الغربية على وسائل الإعلام الدولية.

أنواع الإعلام الإلكتروني الفلسطيني

هناك نوعان من الإعلام الإلكتروني الفلسطيني على شبكة الإنترنت، الأول يمثل الصحافة الإلكترونية التي تعتمد على وجود نسخ مطبوعة لها، بالتالي فإن مواقعها الإلكترونية تقدم في الأساس محتوى النسخة المطبوعة، والثاني الصحافة الإخبارية الإلكترونية التي لا يوجد لها نسخ مطبوعة، وهي صحف الكترونية محضة لا علاقة لها بأية صحيفة ورقية، وقد نشأت في بيئة الإنترنت أو ما يسمى اليوم (الفضاء التفاعلي Interactive Space)، وهو ما يشكل جزءاً من حجم مواقع الصحافة الإلكترونية الآن، وإذا كان النوع الأول من الصحف الإلكترونية التي تعتمد على وجود نسخ مطبوعة لها، تعتمد في بنية مواقعها الإلكترونية على التوزيع الأصلي للنسخة المطبوعة، فإن النوع الثاني يختلف إلى حد كبير، فالصحافة الإخبارية الإلكترونية تتخذ مظهر صحيفة متكاملة من حيث المضامين والتسمية، وتخضع للنمط الإلكتروني في التبويب وعرض الموضوعات وأسلوب التحرير.¹

مواصفات الإعلام الإلكتروني الفلسطيني

يمتاز الإعلام الإلكتروني الفلسطيني في تعدد أشكال تقديم المعلومة وتنوع المضامين، فهو يمتاز بسهولة الوصول له، ووضوح النصوص المكتوبة باللغة العربية دون تصويرها، ويسعى إلى نشر صوته بأكثر من لغة حتى يستطيع جلب أكبر عدد من المستخدمين لمواقع على مستوى عالمي، وفي معظمها لا تسعى للنفع المادي خلال نشر رسالتها، وإلى هذه اللحظة لا يوجد موقع الكتروني فلسطيني يقدم خدماته بدفع أي اشتراك، بل يقدم خدماته الإضافية مجاناً بدون مقابل.²

¹ الحاج أحمد، جمال، الصحافة الفلسطينية الإلكترونية على شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت"، جامعة الأقصى، 2002، ص48.

² أبو وردة، أمين، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي "طلبة جامعة النجاح نموذجاً" (2000 - 2007)، مرجع سابق، ص94-95.

وقد طورت المواقع الفلسطينية آلياتها لتستخدم الوسائط المتعددة التي تركز على الدمج ما بين الصوت والصورة والنص المكتوب، كما أن الأرشفة الإلكترونية يعتبر واحداً من أهم العناصر التي تساهم في إغناء الموقع الإعلامي والإعلام الإلكتروني التابعة للموقع وهي متوفرة في أكثر المواقع الفلسطينية.

كما وزادت المواقع الإعلامية الفلسطينية من خدماتها، فعلى سبيل المثال لا الحصر حالة الطقس، وأسعار العملات، ومواعيد الرحلات، وبعض العناوين الهامة والبريد الإلكتروني المجاني، ومحرك بحث ودليل الهاتف وبطاقات التهنئة، وتميزت أيضاً المواقع الإعلامية الفلسطينية بالتفاعلية أسفل المواضيع، حيث توفر إمكانية تعليق الزائر على الموضوع مما يتيح تفاعل الزائر مع الخبر أو الموضوع المنشور، كما أنها تقوم بعمل قياس للرأي العام حول المواضيع الهامة سواء على المستوى الخاص فيما يتعلق بالقضية الفلسطينية، أو على المستوى الإقليمي والدولي.¹

إلا أنه هناك بعض السلبيات في بعض المواقع الإلكترونية من الناحية الكيفية، إذ إنه لا يفي بالحد الأدنى المطلوب للمواقع الجيدة من الناحية الشكلية والتقنية، كما أنها أحياناً تستنسخ نفس المضامين الإعلامية الموجودة سابقاً.²

ويعاني الإعلام الإلكتروني الفلسطيني من أن خدمة الإنترنت في الأراضي الفلسطينية تأتي من خلال شركات تابعة للاحتلال، لذلك فإن بإمكانها قطع خطوط الإنترنت وتخريب منظومة الشبكة الإلكترونية الفلسطينية في أي وقت، مما يعني حجب خدمات الإعلام الإلكتروني الفلسطيني عن العالم، كما أن سلطات الاحتلال تحاول أن تضغط على الدول التي تقوم المواقع الإعلامية الفلسطينية باستخدام خدمات شركات استضافة المواقع بها لإغلاق هذه المواقع ووقف خدماتها، وتحاول المواقع الإلكترونية

¹ معالي، خالد، أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين الضفة الغربية وقطاع غزة من عام 1996 إلى 2007م، مرجع سابق، ص 67 - 70.

² بندر، إياد، المجاهدة، منير، المشهد الإعلامي الفلسطيني على الإنترنت، جامعة منوبة، تونس، 2007م، ص 22.

الحفاظ على الدوام والاستمرارية، من خلال المتابعة والتحديث المستمر، إضافة لاستخدام التقنية المتطورة ومحاولة الاستفادة من الإمكانيات التي يوفرها الإنترنت في هذا المجال، وهي بذلك استطاعت مواكبة التقنية الحديثة المستخدمة في المواقع الإعلامية العالمية.¹

ومع ذلك فهي مطالبة قبل غيرها باختيار المعايير والمقاييس لإبراز خصائص الإعلام الإلكتروني، ووضعها تحت الملاحظة لمعرفة ما تم إنجازه على مستوى تصميم المواقع واستكمال النواقص المحتملة، خاصة أن تقنيات الإنترنت سريعة التغير.

ومن السهل تحديد المواقع الإعلامية الفلسطينية التي تتميز بغناها، والتي تتنوع ما بين مواقع حزبية، ووكالات أنباء حكومية وخاصة، وصحف الكترونية مستقلة أو تابعة لصحف ورقية، لقد أصبح الإعلام الإلكتروني الفلسطيني في فترة قصيرة يجابه العديد من مؤسسات الإعلام الإلكتروني في دول مختلفة، على الرغم من الواقع الذي يعيشه، والإمكانيات المحدودة. ومن أبرز هذه المواقع:

الشبكة الإعلامية الفلسطينية، وكالة الإنباء الفلسطينية وفا، والمركز الفلسطيني للإعلام، ووكالة "معا الإخبارية"، وشبكة PNN، وجريدة دنيا الوطن، وشبكة سما نت، وشبكة فلسطين الإخبارية، وشبكة إخباريات، ونداء القدس، ووكالة رامتان، وفراس برس، وجريدة الحياة الجديدة الإلكترونية، وجريدة الأيام، وموقع البراق التابع لشركة الاتصالات الفلسطينية، وموقع شبكة أمين الإخبارية، وموقع قدس نت، ومواقع أخرى.

¹ أبو وردة، أمين، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي "طلبة جامعة النجاح نموذجاً" (2000 – 2007)، مرجع سابق، ص 90 – 91.

الخلاصة

إن المتتبع للمراحل المختلفة التي مرت بها وسائل الإعلام الفلسطيني، في ظل اختلاف وتعدد الأنظمة السياسية التي نشأت وترعرت تحت حكمها وقوانينها، يلحظ سيادة الطابع الوطني بشكل كبير عليها، حتى برامجها الهزلية كانت ذات طابع سياسي، ويكمن السبب في ذلك إلى طبيعة البيئة التي نشأ بها الإعلام الفلسطيني، والظروف الخاصة التي مر بها الشعب الفلسطيني عبر حقبة زمنية مختلفة، وبالرغم من كل القوانين والممارسات والقرارات الصارمة التي اتخذت بحق وسائل الإعلام الفلسطيني المختلفة، إلا أنها استطاعت أن تقوم بأداء دورها الوطني والسياسي، من خلال تعبئة الجماهير وتحريضها ضد الاحتلال في ممارسته، إضافة إلى متابعة عمل القوى والفصائل الأخرى بالرغم من أنها كانت تبت من أراضي عربية تخضع تحت سيطرتها وحكمها وقوانينها المتوافقة مع أهدافها وأهوائها.

فوسائل الإعلام الفلسطيني لم تتل قدراً كبيراً من الحرية الإعلامية، ولا من حقوقها الصحافية إلا في ظل السلطة الفلسطينية بعد قدومها عام 1994م، حيث شهدت وسائل الإعلام الفلسطيني تقدماً ملحوظاً وتطوراً على مستوى جميع الوسائل الإعلامية المكتوبة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، فقد كثرت الإذاعات الفلسطينية الحكومية منها والخاصة، وتعددت القنوات الفلسطينية الأرضية وتبعها تعدد في الفضائيات، والتقدم الملحوظ وبشكل متسارع للمواقع الإلكترونية الإخبارية والأدوات التي تستخدمها فيها، وعلى الرغم من ذلك لا زال الإعلام الفلسطيني يحتاج إلى التطوير والرقى فيما يقدمه للجمهور.

الفصل الثالث: الإعلام السياسي والسياسة الإعلامية ودور الإعلام في الأزمات

❖ المبحث الأول: الإعلام السياسي

❖ المبحث الثاني: السياسة الإعلامية

❖ المبحث الثالث: دور الإعلام في الأزمات السياسية والأمنية

الفصل الثالث: الإعلام السياسي والسياسة الإعلامية ودور الإعلام في الأزمات

مقدمة

شكل الإعلام هاجساً لأصحاب السياسة لارتباطه بالواقع، والتعامل مع الأحداث التي يعيشها المجتمع والتي لا يمكن أن يخرج من التأثير والتأثر بالسياسة.

فلقد أثر تطور الحياة السياسية ونظامها في أوروبا والغرب في تطور الإعلام بدخوله مرحلة جديدة، تحول فيها من إعلام خبر إلى إعلام رأي عام، وهكذا ظهر إلى جانب الخبر الصحفي الذي يشكل العمود الفقري للإعلام المقال الصحفي والتعليق وأنواع أخرى من الفنون الصحفية، وبذلك أخذ الإعلام يلعب دوراً مهماً وحاسماً في التأثير على الجماهير، بما يحمله من آراء وتعليقات وقضايا ومشاكل تثير اهتمام المواطنين وتشغل أذهانهم، وأصبح الإعلام أداة مهمة في تكوين الرأي العام وبلورة مواقفه.¹ مما دفع المؤسسات الإعلامية إلى إيجاد ركن التخطيط للسياسات الإعلامية والإعلام السياسي.

إن أهمية الارتباط بين السياسات الإعلامية والسياسات الأخرى للتنمية في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية يكمن في تحقيق التكامل بينها جميعاً، وفي تحقيق الأهداف الوطنية.² فلقد ساهمت وسائل الإعلام من خلال أدائها لوظيفة التنقيف والتنشئة السياسية في إحداث تغيير في التنظيمات والمؤسسات الاجتماعية وفي النشاط السياسي، وكذلك بالتركيز على الربط بين الإنتاج وأهداف المجتمع السياسية.³

¹ اللوح، دياب، تأثير الصحافة على صناعة القرار السياسي، مرجع سابق، ص18

² المسلمي، إبراهيم عبدالله، إدارة المؤسسات الصحفية، دار العربي للنشر والتوزيع، 1995م، ص 59.

³ شرف، عبد العزيز، وسائل الإعلام والثقافة السياسية، مجلة التربية، العدد 98، 1991م، ص268.

المبحث الأول: الإعلام السياسي

تهتم الحكومات والسياسيين بالإعلام اهتماماً كبيراً، لما له من أثر كبير في توجيه الرأي العام، والذي ينعكس بدوره على استقرار النظام السياسي أو عدم استقراره، لذا اتجهت الأنظمة السياسية إلى إنشاء وزارات ومؤسسات خاصة بالإعلام، يكمن دورها في توجيه الإعلام بما يتوافق مع أهداف النظام القائم ويضمن استقراره، كما اتجهت النخب السياسية والأحزاب السياسية إلى إنشاء وسائل إعلامية خاصة بها لنشر أفكارها وأهدافها وتعاليمها للمجتمع، وتوظيفها وبشكل كبير في الحملات الانتخابية لها، ومن خلال ذلك الاهتمام الكبير الذي ربط الإعلام بالسياسة نشأ ما يعرف بالإعلام السياسي.

تعريف الإعلام السياسي

الإعلام السياسي هو ذلك الجزء من النشاط الاتصالي الذي تقوم به الهيئات المختصة في بث المعلومات والأفكار والمواقف عن الشؤون الحكومية، لنشر أفكارها ومعتقداتها من أجل ترسيخ وجهة نظر الدولة في نفوس الشعب، بهدف الحكم، وفي حالة توجيه هذه الجهود الإعلامية إلى الخارج تصبح دعاية سياسية من الدولة لخلق الصورة الذهنية الإيجابية لدى العالم الخارجي عن تقدم وإنجازات هذه الدولة وذلك في حالة السلم، أما إذا استخدمت هذه الجهود الإعلامية في حالة الحرب مع أي طرف خارجي تصبح حرب نفسية ضد العدو بقصد التأثير في أفرادة والنيل من معنوياتهم بما يحقق الانهيار المعنوي في صفوفه.¹

وكذلك يعرف الإعلام السياسي على أنه "الإعلام الذي يتخذ السياسة موضوعاً له، ويزاوج في وظيفته بين فرعين من العلوم، هما: علم الإعلام، وعلم السياسة، فيستخدم الإعلام وسيلة، ويستخدم السياسة مضموناً، فالأدوات الإعلامية توظف في خدمة موضوع السياسة".²

¹ عبده، عزيزة، الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004م، ص50.
² عكاشة، محمود، خطاب السلطة الإعلامي نحو تجديد لغة الخطاب، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، مكتبة دار المعرفة، الطبعة الثانية، القاهرة، 2007م، ص44.

في ضوء ذلك يعد الإعلام السياسي الوسيط في الاتصال السياسي مع الجمهور، حيث يساهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح وسائل الإعلام حرية التعبير عن القضايا التي تشغل الجماهير، وتعتبر وسائل الإعلام مرآة المجتمع العاكسة لأهم القضايا التي تثير الساسة وصناع القرار. و لوسائل الإعلام قدرة في ترتيب أوليات الجماهير، فهناك نوعان من الجمهور يتناولهم الإعلام السياسي في طرح القضايا السياسية والآراء "جمهور نخبوي" تتأثر به وبطبيعة القضايا المهمة التي تشغله "جمهور عام" يسهل التأثير عليه.¹

حيث أصبح الإعلام وظيفة سياسية إقناعية بالدرجة الأولى يتولى عملية إقناع الجماهير في عملية صنع القرارات، ويعد موصل جيد بين صناع القرار والجمهور المتلقي والعكس، الأمر الذي يرسخ دور الإعلام على الصعيد السياسي، ويدعم تحويل قدرة الفرد إلى القدرة على المشاركة السياسية. لقد تعاضم الدور السياسي لوسائل الإعلام من خلال تعاضم الدور الإخباري الذي هو جوهر العملية الإعلامية وبهذا تصبح وسائل الإعلام المصدر الرئيسي لإشباع حاجات الجمهور السياسية، ووظيفة سياسية بالدرجة الأولى،² ويلاحظ أن دور الإعلام وما يرتبط به من وسائل ومضمون وأدوات، من خلال التأثير في القيم والمعتقدات السياسية يؤثر في التغيير السياسي، وبالتالي يزداد تفاعلها في الحياة السياسية³ مما يساهم في الاتجاه نحو المجتمع الحديث.

وبهذا فإن الباحثة ترى بأن الإعلام السياسي هو ذلك الإعلام الموجه للتأثير في الرأي العام للمجتمع، بما يخدم مصالح الجهة الموجهة له (حكومة، حزب) ويحقق أهدافها على المستوى القريب والبعيد، والذي يضمن بمحصلته استمرار الدعم والتأييد لها من الجمهور.

¹ الغزي، ناجي، دور الإعلام في الاتصال السياسي وأثره على الجمهور، شبكة الملتقى الثقافية السياسية، يناير، 2009م.

<http://www.moltaqaa.com/?act=artc&id=507#>

² عبده، عزيزة، الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، مرجع سابق، ص 78 – 79.

³ العويني، محمد علي، الإعلام السياسي العربي المعاصر، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، القاهرة، 1985م، ص 27.

العلاقة بين السياسيين والإعلام

يعتبر الإعلام المحرك الرئيسي لتشكيل النخبة السياسية الحاكمة، نتيجة لكون الإعلام أحد الصانع الرئيسيين للرأي العام، لذا فإن السياسيين حاولوا الحد من التأثير السلبي للإعلام على مستقبلهم السياسي، واستغلال قدراته على الإقناع وتشكيل الاتجاهات في تعزيز ثقة الرأي العام بالسياسات التي يتبعونها، فعشرات السياسيين فقدوا سلطاتهم وتنازلوا عن مناصبهم بسبب فضائح أو حملات تشويه ساهمت وسائل الإعلام المختلفة في إثارتها وتحويلها لقضية رأي عام، كما أن كثيراً من السياسيين تحولوا لأبطال ورجال مواقف ومبادئ بعد أن تم إظهارهم في ثوب يختلف كثيراً عن حقيقتهم أمام الجمهور، فعلى سبيل المثال لا الحصر، كانت صحيفة واشنطن بوست بعد كشفها لفضيحة ووترجيت*، السبب المباشر في استقالة الرئيس الأمريكي نيكسون عام 1974م.¹

إن طبيعة العلاقة بين الإعلام والسياسة متجذرة منذ اللحظة الأولى التي بدأ فيها الإعلام في الظهور، كما أن طبيعة العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين هي علاقة تبادلية، لأن كلاهما بحاجة إلى الآخر، فالسياسيون بحاجة إلى الوسائل الإعلامية لتتقل آرائهم ووجهات نظرهم، وهم يطمحون إلى استغلال القوة الإعلامية لتحقيق أهدافهم، وفي نفس الوقت ذاته يخشون القوة الإعلامية التي تتمتع بها وسائل الإعلام أن تستغل ضدهم، كما وتخشى الوقوع تحت سيطرة السياسيين. إن وسائل الإعلام تستخدم ببراعة ووضوح قدراً كبيراً من التأثير، باعتبار أن الاتصال هو حامل العملية الاجتماعية وهو الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية، ولا يمكن لجماعة أو منظمة أن تنشأ وتستمر دون اتصال يجري بين أعضائها، ويكفي أن ننظر إلى المجتمع الحديث لكي ندرك أن الاتصال

* ووترجيت: هو مبنى مكاتب الحزب الديمقراطي، وسميت الفضيحة باسم ووترجيت لأنه تم القبض على الأشخاص المكلفين بزرع أجهزة تنصت فيه، وكاد الأمر ينتهي بسجن الأشخاص، لولا أن قامت صحيفة واشنطن بوست بنشر معلومات تفيد بتورط الرئيس نيكسون، مما أدى في نهاية الأمر استقالة الرئيس نيكسون عام 1974م.

¹ اللوح، دياب، تأثير الصحافة على صناعة القرار السياسي، مرجع سابق، ص 18 - 21.

هو الجهاز العصبي الذي يعمل على تماسك الأجزاء وتكاملها، ويشكل تربة خصبة للسياسيين مما يتيح مجالاً رحباً للإعلام بكافة تخصصاته للتأثير على صناعة القرار السياسي وتوجهات رجالاتها¹.

لم يعد الإعلام أداة تابعة للعمل السياسي، وإنما أصبح يدخل في صميم العمليات السياسية على المستوي الداخلي والخارجي، منذ بدايتها وحتى نهايتها داخلياً وخارجياً²، وأصبح يشارك في العملية السياسية من خلال تركيز الانتباه على قضايا معينة، فالاتصال يؤثر بشكل كبير في صنع القرارات من خلال الأسلوب الذي يتم به عرض الحقائق. لقد أصبح الإعلام لاعباً أساسياً في المشهد السياسي³، وجزءاً متكاملًا في نسيج العمل السياسي بمستوياته وأشكاله المختلفة⁴.

توظيف الإعلام السياسي

يوظف الإعلام السياسي من قبل جهتين مهمتين هما:

1. النخب الحاكمة

تحاول النخب الحاكمة السيطرة على وسائل الإعلام في الدعاية السياسية والهيمنة والتواصل لما لها من أثر كبير على الحياة المدنية، فالإعلام لسان السلطة مع الشعب ويعد أقوى وسيلة اتصال جماهيرية، كان الشاعر والخطيب والقصاص لسان السلطة قبل نشأة وسائل الإعلام الحديثة، فالنخب الحاكمة تحرص على تدعيم قنواتها الإعلامية لتكون سلاحاً توجهه صوب خصومها، وغالباً ما تعمل السلطة على إنشاء مؤسسة إعلامية تصبح تبعاً لها وجند من جنودها، حرصاً منها على الهيمنة على الشعب وتوجيهه⁵.

¹ اللوح، دياب، تأثير الصحافة على صناعة القرار السياسي، مرجع سابق، ص 18 – 21.

² أبو عمود، محمد سعد، التحول في العلاقة بين الإعلام والسياسة وتطوير الإعلام العربي، مجلة شؤون عربية، عدد 112، شتاء 2002م، ص 92.

³ أبو عرجة، تيسير، دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000م، ص 282.

⁴ أبو عمود، محمد سعد، التحول في العلاقة بين الإعلام والسياسة وتطوير الإعلام العربي، مرجع سابق، ص 97.

⁵ عكاشة، محمود، خطاب السلطة الإعلامي نحو تجديد لغة الخطاب، مرجع سابق، ص 45.

وفي الأزمات السياسية والاقتصادية والعسكرية الغير طبيعية التي تمر بها المجتمعات، تلجأ النخب الحاكمة إلى التعامل المكثف مع وسائل الإعلام، لإبراز وجهات نظرها وأرائها للتأثير على الرأي العام، وهنا يكون دور الإعلام الوسيلة التي تنقل وجهات النظر السياسية المختلفة، ويطلق اصطلاح الإعلام السياسي في تلك الأزمات إعلام الأزمات السياسية، وهنا تكون النخب الحاكمة عبر سيطرتها على وسائل الإعلام قد حققت هدفها الأساسي بإيصال رسالتها المقصودة إلى الجمهور، ويمكن ذكر أهم الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها النخب الحاكمة وهي:¹

أولاً: الانتقائية المذهلة في التعاطي مع الحقائق والوقائع الملموسة ومحاولة تقزيم ما يعارض النخب الحاكمة وتضخيم الداعم لها.

ثانياً: استخدامها في الحروب النفسية والسياسية والدبلوماسية والاقتصادية وفي الدعاية الدينية والدينية. ثالثاً: توجيه الرأي العام والتأثير عليه وفق الرؤية الخاصة للنخب الحاكمة، بما يحقق مصالحها الخاصة خصوصاً في أوقات الأزمات السياسية أو الاقتصادية أو الأمنية والعسكرية أو في الانتخابات. رابعاً: ترسيخ القيم والمفاهيم التي تريدها النخب الحاكمة. والترويج لها عن طريق وسائل الإعلام والقنوات ذات الثقافة الجماهيرية.²

خامساً: إن مهمة الوسائل الإعلامية هي أشبه بفعل روتيني للدفاع عن سياسات النخبة الحاكمة.³ وترى الباحثة أن كل هذه الأهداف وأكثر تستطيع النخب الحاكمة أن تحققها عبر وسائل الإعلام، إلا أن ذلك قد يأتي بنتيجة سلبية أو عكسية تفقد عملية الاتصال مع الجماهير هدفها ومضمونها، في ظل كون المعلومات أو المواضيع التي يتناولها الإعلام التابع للنخب غير صادقة أو شك الجمهور في مصداقية ما

¹ الغزي، ناجي، دور الإعلام في الاتصال السياسي وأثره على الجمهور، مرجع سابق، يناير، 2009م.

<http://www.moltaqaa.com/?act=artc&id=507#>

² البشر، محمد بن سعود، أيديولوجيا الإعلام، غنياء للنشر، الطبعة الأولى، الرياض 2008م، ص 22.

³ النبي، أكرم، يؤس الحافة ويؤس السياسية، جريدة شفاقا الشرق الأوسط الالكترونية، 27 نوفمبر 2005م.

http://www.metransparent.com/old/texts/akram_al_bunni_misery_of_media_misery_of_politics.htm

تتقله وسائل الإعلام من معلومات، وأنها معلومات بعيدة كل البعد عن الصحة، والذي بدوره سينعكس على النظام السياسي القائم ككل.

2. الأحزاب السياسية

"تشير أيديولوجية الأحزاب السياسية إلى مجموعة من الأفكار تنقل إلى الجماهير باستخدام وسائل الإعلام المختلفة التي تعد أدوات التعبير الجماهيري، حيث تمثل الحلقة الأكبر التي تربط أيديولوجية الحزب ورؤيته بالمجتمع"¹ لتحقيق غاياتها السياسية المقصودة.

فقد عملت الأحزاب على إنشاء قنوات إعلامية خاصة بها لتعبر عن فكرها وتوجهاتها السياسية، فأنشأت الصحف والمجلات والإذاعات، وقنوات تلفزيونية وفصائيات واستطاعت من خلالها نشر فكرها، وتصحيح وضعها في الدولة، وتعيد رسم صورتها في أذهان الجماهير، وذلك عبر تحقيق الأهداف التالية:²

1. التأثير على الرأي العام وتوجيهه وفق رؤية الحزب الخاصة، ويجري ذلك من خلال الرموز الإيديولوجية والسياسية التي يروج لها الحزب، والرسائل الاتصالية التي تحمل الأفكار والقيم الرئيسية له، ومن ثم الصور الذهنية التي تتشكل من ذلك كله وتبقى راسخة في عقلية أفراد المجتمع.

2. الترويج لقيم معينة قد تتفق مع القيم السائدة في المجتمع أو تختلف عنها.

3. وسيلة لمهاجمة المعارضة والتشويه بها للحد من انتشارها الجماهيري.

4. توضيح خطط الحزب وبرامجه في المرحلة القادمة وآلية تنفيذها لكسب المزيد من التأييد

الجماهيري.

5. تعد أحد أهم أدوات الحروب المختلفة نفسياً وسياسياً مع المعارضة.

¹ البشر، محمد بن سعود، أيديولوجيا الإعلام، مرجع سابق، ص 25 – 28.

² عكاشة، محمود، خطاب السلطة الإعلامي نحو تجديد لغة الخطاب، مرجع سابق، ص 46.

وتختلف مصالح النخب السياسية عن مصالح أحزابها بغض النظر عن كونهم جزء من هذه الأحزاب، فالواضح أن النخب السياسية تحاول أن تدعم موقفها وتجمع أكبر قدر من الرأي العام المؤيد لها، وتستقطب أكبر قدر من الجمهور المقتنع بها كأحد النخب السياسية التي لها القدرة على ممارسة أمور السياسة والحكم، وقد تحاول أن تخضع الإعلام للدفاع عن نفسها واستقطاب الرأي العام لصالحها، وبالتالي فإنه يمكن القول بأن مصالح النخب السياسية نجاحها يعود على الأحزاب على اعتبار أنهم جزء من هذا الحزب الداعم لهم، وأنه سيخدمهم، لكن مصالح الحزب لا تعني بالضرورة مصالح النخب السياسية.

مستويات الاتصال السياسي

إن الاتصال السياسي هو أداة سياسية تستخدم بصورة دائمة من قبل القائمين على وسائل الاتصال ومن هو في موقع اتخاذ القرار لأجل بلوغ أهداف سياسية محددة. ويمكن أن نقسم الاتصال السياسي إلى:¹

أولاً: المستوى الوطني للاتصال السياسي: تستخدم الحكومات الوسائل الاتصالية المتاحة من

أجل أن تتعرف على الاتجاهات السائدة في الوسط الجماهيري، كما أنها تعمل جاهدة على نقل كل ما تعتقد بأهميته للرأي العام المحلي للحصول على تأييد لسياساتها وقراراتها المتعلقة بالأوضاع الداخلية والخارجية، وتستخدم الحكومات وسائل الاتصال لتحقيق الأهداف التالية:

1. **التثقيف السياسي:** يهدف خلق وعي سياسي لدى الجماهير بشأن قضايا معينة قد تكون إيديولوجية أو

اقتصادية أو عقيدة سياسية أو سياسات إصلاحية معينة.

¹ مصالحة، محمد حمدان، الاتصال السياسي مقترَب نظري- تطبيقي، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، الأردن، 2002م، ص 57 - 58.

2. **التأثير في اتجاهات الرأي العام:** بمعنى توجيه الرأي العام المحلي، وتحديد مواقفه المساندة للسياسات والبرامج السياسية والاقتصادية والاجتماعية للنظام السياسي، ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة لهذه السياسات.

3. **الرقابة على الحكومة:** وتعني نقل آراء الأفراد والجماعات والقوى السياسية إلى متخذي القرار بالحكومة، الذين بدورهم يقومون بمراجعة سياساتهم وقراراتهم، في ضوء ما تعرضه وسائل الاتصال من القاعدة الشعبية بمختلف شرائحها، وهذا من شأنه أن يؤدي غرضاً مزدوجاً، فهو من جهة يسمح للرأي العام بالمشاركة في عملية اتخاذ القرار على مستوى النخب الحاكمة، ومن جهة ثانية يوجه عملية صنع القرار من قبل الحكومات في ضوء ما يصلها عبر وسائل الاتصال من القاعدة.

4- **التسويق السياسي:** ويقصد به محاولة عرض الأفكار والمواقف الحكومية على الجمهور المتلقي عبر وسائل الاتصال بهدف تسويقها والتسليم بها، ويستخدم التسويق السياسي في الحملات الانتخابية للمواقع السياسية كالرئاسة والمجالس النيابية والبلدية، كما أن وسائل الاتصال تلعب دوراً مهماً في تشكيل المواقف وتوجيه السلوكيات الانتخابية للأفراد، حينما تقوم بعرض الأفكار على الجمهور لكي يحدد أولوياته فيما تعرضه الوسائل الإعلامية، ويتم الاتصال السياسي في الدولة بين العديد من المؤسسات ذات الطابع التنظيمي - السياسي أو البيروقراطي أو النقابي - والأحزاب والنقابات، والجمعيات غير الحكومية، والمؤسسات الإعلامية وقنوات خاصة أخرى.

وعلى هذا الأساس نجد أن رجال الحكم والسياسيين يحرصون على الاستحواذ على وسائل الاتصال في دولهم بصورة أو أخرى، من خلال إقامة علاقات شخصية مع العاملين في وسائل الاتصال، والالتقاء بهم في المؤتمرات الصحفية العامة أو في المقابلات الإعلامية المتخصصة، بحيث يتمكن السياسيون من دفع المعلومات التي يرغبون في إيصالها للجمهور.

ثانياً: الاتصال السياسي الدولي: وهو المستوى الثاني من الاتصال السياسي الذي يستخدم من

قبل الدول والحكومات والمنظمات الدولية عبر الحدود السياسية بين الدول من أجل تحقيق أهداف محددة، وهو أحد أدوات تنفيذ السياسات الخارجية التي تعتمد أيضاً استخدام الأدوات الاقتصادية والعسكرية والدبلوماسية لتحقيق أهدافها، عبر عدة أشكال وهي كما يلي:¹

1- الإعلام: يعني القيام عبر وسائل الاتصال المتاحة، بتزويد الجمهور المستقبل في وسط معين بالمعلومات حول القضايا والموضوعات التي يرغب المرسل التعريف بها، بهدف إقناع الجمهور بالقضايا كما يراها القائم بالاتصال، وعليه يمكن التمييز بين نوعين رئيسيين من الإعلام كأداة اتصالية سياسية هما: (أ) الاتصال التضليلي وتنصب غايته في صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين أو إخفائها عن الجمهور المستقبل ووسائله وهي التلوين والرمز أو التقييم أو الاجتزاء في نقل المعلومات عن الحدث وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد.

(ب) الاتصال الموضوعي يقوم المرسل ببث المعلومات عبر وسائل الإعلام عن حدث معين بحيث يتركز اهتمامه على إبراد الحقائق كما هي دون تضليل.

2- الدعاية السياسية: هي محاولة إعلامية للتأثير في اتجاهات الناس وآرائهم وسلوكهم ووسيلتها نشر معلومات وحقائق أو أنصاف حقائق أو حتى أكاذيب في محاولة منظمة للتأثير على الرأي العام. فهي عملية تلاعب بالعواطف والمشاعر يقصد فيها الوصول لخلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي. وتعد الدعاية السياسية أكثر تعقيداً من الدعاية التجارية التي يقوم فيها دور الدعاية على تقنين الحاجات الموجودة قبلاً، في حين تقع الدعاية السياسية في ميدان صراع الوصول إلى الجمهور حتى

¹ المصدر السابق، ص 58 - 61.

تحقق أهدافها.¹ كما ويهدف مرسلها لتضخيم الأثر الذي يريده من وراء إرسال المعلومات عبر وسائل الإعلام، وتستعمل أساساً في ممارسة الضغوط النفسية العاطفية على الجهات المستهدفة.²

نخلص القول بأن الإعلام السياسي في مضمونه يسعى إلى تحقيق أهداف النظام سواء على المستوى العام الحكومي أو على المستوى الخاص الحزبي، وبالتالي فهو إعلام موجه للرأي العام، للمجتمع بشكل عام، في محاوله لكسب تأييده ومناصرته للسياسات التي تقوم بها الحكومة أو للمواقف والآراء التي يتبناها الحزب، وإن تبين خلال عملية الاتصال السياسي للجمهور بأن هناك انعدام للمصداقية في المعلومات الصادرة، تفقد الجهة ثقة الجمهور بالإعلام وبالنظام التابع له، مما يعني نهاية هذا النظام.

¹ دورندان، غي، الدعاية والدعاية السياسية، ترجمة رالف رزق الله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1983م، ص

12 - 13.

² مصالحة، محمد حمدان، الاتصال السياسي مقترح نظري - تطبيقي، مرجع سابق، ص 66- 69.

المبحث الثاني: السياسة الإعلامية

ترتبط السياسة الإعلامية بشكل مباشر بالمؤسسات الإعلامية، فهي الإطار العام الذي تحدد عمل المؤسسات الإعلامية، وتحدد الدور الذي يجب أن تقوم به، بما يتناسب مع الأهداف التي تسعى إلى الوصول إليها على الصعيد الحالي والمستقبلي.

تعريف السياسة الإعلامية

تشكل السياسة الإعلامية كما عرفت منظمة "اليونسكو" * الدولية للتربية والعلوم، مجموعة المبادئ، والمعايير، والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، والأيديولوجية السياسية والقيم التي ترتكز عليها في كل بلد.¹ وقد احتلت السياسة الإعلامية مجموعة عناصر تتمثل في:²

فالمبادئ تشكل الأهداف العامة للسياسة المركزية التي يعتمد عليها المخطط الإعلامي كإطار إيديولوجي لخطته وبرامجه. **والمعايير** فهي القياسات التي يعتمد عليها المخطط الإعلامي في تحديد الإطار العام للرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون ومدى تطابقها مع السياسة العامة ومعاييرها. و**"القواعد"** فهي الأسس التي ترتكز إليها السياسة الإعلامية عند التخطيط والتنفيذ ومدى تطابقها مع أسس السياسة العامة والبيئة الاجتماعية وفقاً لمنطلق التقابل والتطابق. **والتحكم** هو السيطرة والتوجيه (إيديولوجي أو مؤسسي) للسلوك الإعلامي. أما **السلوك الإعلامي** فهو نمط النشاط الإعلامي ومؤسساته ومضامين الرسالة الإعلامية، وعلاقة الإعلام -كمؤسسات- بسلطة القرار وعلاقة الإعلام -كمضمون- بال جماهير، والأيديولوجية السياسية الإطار العام الفكري لثقافة وفلسفة وتشريعات بلد أو دولة ما. إضافة

• * تناولت مؤتمرات اليونسكو موضوع السياسة الإعلامية منذ أوائل السبعينيات، وقد قيل الكثير حول مفاهيمها وأطرها وعلاقاتها، إلا أن المفهوم الذي تبنته اليونسكو في مؤتمرها الذي عقد عام 1972 في باريس يعتبر من أكثر التعريفات وضوحاً وتحديداً، بالإضافة إلى إمكانية تحليل عناصره وإرجاعها إلى أصولها الفكرية والعملية السياسية الإعلامية في نظر خبراء اليونسكو هي مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد المتكاملة والواضحة والدائمة والقابلة للتطبيق بواسطة المؤسسات المشتركة في الإعلام الجماهيري والتي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، والتي عادة تستنبط من شروط الأيديولوجيا السياسية والقيم التي تركز إليها بلد ما. <http://telc.tanta.edu.eg/hosting/pro14/containt/L6.htm>

¹ الجمري، عادل مرزوق، كيف تدير مجموعة المعارضة الإعلامية إعلامها بعيداً عن الزوايا الضيقة، الحوار المتمدن، العدد 1278، 2005/8/6م.

² الدليمي، حميد جاعد، التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 1998م، ص73-75.

إلى أن قيم الأيديولوجية السياسية وقيم الأعراف الاجتماعية تمثل الاعتبارات الأساسية التي تحدد السلوك الاجتماعي العام تجاه نمط قيمي معين.

ووفقاً لتعريف اليونسكو ترى الباحثة أن السياسة الإعلامية تتناول ضمناً:

1. النشاط الإعلامي (العملية الإعلامية).
 2. طبيعة التدخل المباشر في التأثير على السلوك.
 3. النتائج المتوقعة من عملية التأثير.
 4. علاقة الإعلام بالحقوق الاجتماعية الأخرى.
 5. صيغ التوازن والتوافق بين الإعلام والأنشطة الرسمية وغير الرسمية.
- كما وتعرف السياسة الإعلامية لأي نظام إعلامي بأنها مجموعة المبادئ والقواعد والقوانين والتوجهات التي يعمل النظام بمقتضاها.¹

خصائص السياسة الإعلامية

تكتسب السياسة الإعلامية الكثير من خصائص السياسة العامة التي تأخذ بقاعدة (فن الممكن)، ومنطقها في المناورة والحوار، وتقرب كثيراً من الصيغ الدبلوماسية وسلوكها، لكنها تختلف عنها في شكل التعامل مع الواقع المادي، وما تفرضه طبيعة العمل الإعلامي وشروط التوافق بين الإستراتيجية العامة ورسم الخطط وتنفيذها. ويمكن تحديد خصائص السياسة الإعلامية في النقاط التالية:²

1. المرونة: يجب أن تتمتع السياسة الإعلامية بقدر كبير من المرونة، لأن إنتاجها الحقيقي هو إنتاج إيديولوجي يتشكل من القناعات، والاتجاهات نحو موقف أو رأي، أو فعل اجتماعي أو

مؤسسي.

¹ المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، السياسات الاتصالية والإعلامية في العالم الإسلامي، 2000م.

² الدليمي، حميد جاعد، التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام، مرجع سابق، ص 76 - 77.

2. القدرة على المراجعة والتعديل المستمر لخطط السياسة الإعلامية.

3. تمسكها بالإستراتيجية السياسية والنهج السياسي.

4. القدرة الإعلامية للاستجابة للمستجدات الظرفية والتعامل مع معطيات الوقائع المتناقضة.

5. إمكانية تحجيم أو توسيع الاعتماد على الإعلام.

6. الوضوح والإيجاز والفعالية إلى الدرجة التي تهيئ فرصة الوصول للأهداف القومية.

إن هذه الخصوصية التي تمتاز بها السياسة الإعلامية تهيئ فرص استجابة المخطط الإعلامي للسياسات الحقلية أولاً، والتطابق مع هيكل البناء الاجتماعي والتكوين الأيدلوجي وحركة كل منهما ثانياً، وبناء المنهجية العلمية للخطط الإعلامية ثالثاً.

الإطار العام للسياسة الإعلامية

إن الإطار العام للسياسة الإعلامية يسعى إلى تحقيق أهداف إعلامية محددة خدمة للدولة من ناحية، وخدمة للمجتمع الإعلامي في الاضطلاع برسائله من ناحية أخرى.

فبالرغم من أن جميع المؤسسات تخضع للإطار العام للسياسة داخل الدولة حسب الاستراتيجيات وخطط التنمية الموضوعية، وتخضع هذه المؤسسات للمتابعة والمراقبة، إلا أن المؤسسة الإعلامية تحتل القدر الأكبر من الاهتمام، وذلك يعود إلى عدة أسباب أهمها:¹

1. أن المخطط الإعلامي يبحث في المجتمع، وهيكله ومؤسساته وقيمه وعاداته ومعايير الأيدلوجية، وبالتالي فإن نتائج أي عملية إعلامية سيكون أثرها وبشكل مباشر على المجتمع بشكل عام وشامل على عكس الحقول الأخرى.

¹ الدليمي، حميد جاعد، التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام،، مرجع سابق، ص 80 - 81.

2. إن المجتمع الذي يتعامل معه الإعلام لا يمثل تشكيلاً موحداً أو ثابتاً، وإنما يمتاز بالتباين سواء في مستوى التعليم أو الوضع الاقتصادي، أو الانتماء الطبقي، والتباين المعتقدى الأيدلوجي على المستوى الديني.

3. اختلاف عائد الإنتاج كماً ونوعاً عن الحقوق الأخرى الذي يمثل الفكرة والقناعة والثقافة والأيدلوجية.

وبالتالي فإن أي إطار عام لسياسة إعلامية لابد أن يحتوي ضمنه على¹:

1. **الاتجاهات الأيدلوجية المتناقضة:** ففي ظل تعدد المؤسسات الإعلامية الحكومية منها والخاصة، يصعب منع النشاطات الأيدلوجية، وضم جميع الأيدلوجيات في نطاق عملي واحد دون قبول التناقض بينهما، لذلك يجب أن يشمل الإطار العام للسياسة الإعلامية قبول حد معين من التناقض، والتعبير عنه من خلال وسائل الإعلام.

2. **النشاطات الاجتماعية المتباينة:** فهي تأخذ أشكالاً متباينة ومتنوعة، تعكس آراء وأفكار العديد من الفئات المتحمسة لنشاطاتها والتي ترى نفسها أنها على حق، ولها الأولوية في تقديم نفسها، ونشر رسالتها، وإظهار نشاطاً مميزاً إعلامياً على الأقل، وإذا لم يتم استيعاب مثل هذا التباين ضمن الإطار العام للسياسة الإعلامية فإنه قد يتطور إلى حالة خطيرة، يؤدي إلى إرباك السياسة العامة وتحول هذه الفئات إلى اتجاهات فكرية أو سياسية مهمة اجتماعياً وسياسياً.

3. **النزاعات السياسية الوطنية والقومية المتعددة:** غالباً ما تظهر هذه النزاعات ضمن إطار أيدلوجي معين أو متقارب من حيث الاتجاه العام والأهداف، ومختلف في الأساليب التي تعلن عن نفسها بواسطته وخاصة الإعلامية، وغالباً ما تبرز مثل هذه النزاعات كانعكاس لمصالح فردية أو فئوية، أو عرقية، أو دينية، والتي يتم تسويتها غالباً بالتسويات والاتفاقات، وهذا يتطلب أن يتم احتواء الإعلام الذي يوظف ضمن الإطار العام للسياسة الإعلامية وعدم الخروج عنه.

¹ المصدر السابق، ص 80 - 81.

4. مستويات الخبرة التكنولوجية والكفاءة الإعلامية المتفاوتة: فهي تمثل عاملاً مهماً في مسار العملية الإعلامية والكيفية التي تقدم بها الرسالة الإعلامية لإنجاز أهداف الإستراتيجية السياسية.

يمكن القول أن السياسة الإعلامية هي بمثابة التخطيط الإعلامي الذي يحدد الدور الذي يجب القيام به والأهداف التي يجب تحقيقها، أي أنها هي العصب الأساسي للمؤسسات الإعلامية فغياب السياسة الإعلامية تصبح المؤسسة تعمل بشكل عشوائي لا تعرف كيف تعمل وماذا تريد، وما هو هدفها، أي أنها وهي العصب الأساسي في عمليات الاتصال السياسي لأن نتائج هذه العملية تنعكس وبشكل كبير على المؤسسة، والتي تستطيع من خلالها تحديد أولوياتها، ومعالجة الخلل الموجود لديها، بما يتناسب مع رؤيتها المستقبلية التي تسعى إلى تحقيقها.

المبحث الثالث: دور الإعلام في الأزمات السياسية والأمنية

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في الأزمات السياسية والأمنية، لما لها من قدرة في التأثير على أفراد المجتمع باعتبارها المصدر الأول والأساسي في إصدار المعلومات، وفي ظل الظروف الطارئة كالأزمات

السياسية أو الأمنية يعتبر الإعلام المصدر الأساسي للمعلومات والحقائق بالنسبة للأفراد، ويشكل الأداة الحكومية للسيطرة على المجتمع عبر التأثير عليهم بما يتلقونه من معلومات.

الإعلام الأمني هو ذلك الإعلام الذي يتضمن معلومات مهمة وكاملة، تغطي الأحداث والحقائق والقوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره، والتي يعد إخفاؤها أو التقليل من أهميتها نوعاً من التعتيم الإعلامي، كما أن المبالغة في تقديمها أو إضفاء أهمية أكبر عليها يعد نوعاً من الدعاية لخدمة أهداف معينة، ويشكل الإعلام الأمني الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة التي تصدر عن الأجهزة الأمنية وتبث عبر وسائل الإعلام المختلفة، بهدف التوعية والإرشاد وتحسين صورة المؤسسة الأمنية في أذهان الجماهير، لتحقيق التفاعل الإيجابي بين المؤسسات الأمنية والجماهير في إطار سياسة الدولة وقوانينها.¹

وترى الباحثة أنه يمكن تعريف الإعلام الأمني على أنه هو الأداة الحكومية التي يتم من خلالها السيطرة على المجتمع والتأثير عليه بواسطة ما تبثه وسائل الإعلام من رسائل إعلامية موجهة لأفراد المجتمع خلال الأزمات السياسية والأمنية.

وبذلك يمكن تحديد أهم ملامح الإعلام الأمني في النقاط التالية:²

1. إعلام متخصص يعمل على إحاطة الجمهور بالمعلومات والحقائق التي تمس أمن واستقرار المجتمع.

2. إعلام متعاون مع المؤسسات الحكومية يساهم في تحقيق أهدافها وغاياتها من خلال إيصال ما تريد إيصاله لأفراد المجتمع.

¹ الضويحي، عبد العزيز بن سلطان، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2003م، ص37.

² المرجع السابق، ص 38.

3. إعلام متوافق مع سياسة الدولة ولا يتعارض معها، يدعم المصالح الوطنية ويحافظ على استقرار

المجتمع وأمنه، ويقف في وجه الإعلام المفتوح الذي يحاول تهديد المجتمع عبر ما يبثه من

معلومات هدامة وأفكار منحرفة.

فالإعلام يكمن دوره في أنه معالجة الأحداث والظواهر والأزمات السياسية والأمنية بجوانبها

المختلفة، وهو يقوم بدور هام خلال الأزمات، وفي توضيح تطورات الموقف للرأي العام والأطراف

المعنية، والتشكيل والتأثير على الرأي العام وتوجيهه.¹

لقد أصبح للإعلام بوسائله المختلفة دور فاعل في التعامل مع الأزمات الأمنية والسياسية،

فالجماهير بمعناها الواسع تكون مهتمة بمشاهدة الأخبار لمعرفة الأحداث والوقائع والأسباب المسببة

للأزمات ليس على المستوى المحلي فقط وإنما على المستوى الإقليمي والدولي أيضاً، والحكومات أيضاً

تسعى لتعلن عن جهودها في مواجهة الأزمات وما تقدمه من جهود وإمكانيات في التعامل مع هذه

المخاطر، للتأكيد على سيطرتها والحفاظ على كيانها. وبهذا يصبح الإعلام مهماً ومؤثراً لكلا الطرفين

الجماهير التي من حقها أن تعلم، والحكومات ومسؤوليتها في أن تعلن عن براءة موقفها واستخدامها

إمكانياتها في التعامل مع الأزمة والسيطرة على تداعياتها.²

إن وسائل الإعلام تعمل كمرشح لما يتلقاه الجمهور من أخبار وكيفية تفسير الأزمات، من خلال

تناول الإعلام أو عدم تناوله لقضايا يمكن أن تؤثر على السياسات العامة التي تتخذ، وكيفية تنفيذها

والمعلومات التي تتم تغطيتها، ورؤيتهم وآرائهم التي يقدمون بها الموضوع يمكن أن تحدد أو تظهر

الأحداث، وتشكيل اتجاهات الرأي العام. فيمكن للإعلام أن يحدث تغييراً مباشراً وأن يحدث انقساماً بين

العناصر المسببة للأزمة عبر الرسائل التي يبثها، وبالتالي تفتيتها وتفريقها، مما يترتب عليه ضعف

¹ المرجع سابق، ص 61.

² آل سعود، يزيد بن محمد، دور الأجهزة الإعلامية في التعامل مع الأزمات الأمنية دراسة تطبيقية على أجهزة الإعلام السعودي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2007م، ص 49.

العناصر المسببة للأزمة وضعف الأزمة ذاتها. كما أنه يستطيع تغيير اتجاهات الأفراد نحو الأزمة وتغيير مواقفهم تجاهها، وتوحيد الجماهير وضمان تعاونها في مواجهة الكارثة وتعبئة كافة الجهود لتحقيق التعاون، مما يترتب عليه توفير أقصى قدر من فرص النجاح في عملية مواجهة الأزمة.¹ كما أن وسائل الإعلام تقوم بالتصدي للكاذيب والشائعات التي تنتشر خلال الأزمة لطمأنة الجمهور، وتقوم بمناقشة وتقييم وتحليل ما حدث للكشف عن الإيجابيات والسلبيات والدروس المستفادة من الأزمة وكيفية التعامل معها.²

لاشك أن الإعلام يمثل بؤرة اهتمام الرأي العام عند حدوث أزمة أو كارثة، فالإعلام يمكن أن يلعب دوراً جدياً وحيوياً في التوعية بالأزمات والمخاطر المحتملة، والتأكيد على صالح المواطن وتبصيره بكل ما يمكن أن يضره، وخلق إحساس بالمسؤولية الجماعية، وتأكيد روح التكامل والتعاون، ويسعى الإعلام عند حدوث أزمات إلى الحصول على المعلومات اللازمة والقيام بالاستعانة بالخبراء لإجراء التحليلات والتعليقات، والهدف هو خلق رأي عام واعٍ ومهيأ لامتصاص ما حدث، وتشكيل السلوك الإنساني، والتأثير على الرأي العام وموقفه تجاه القضايا المختلفة خلال الأزمات، كما أن وسائل الإعلام تشارك في عملية تمرير القرار السياسي لأفراد المجتمع بما تحمله من مواد تحمل اتجاهات معينة من خلال:³

1. تحديد التدابير التي تتخذ فيما يتعلق بجمع الأخبار وتحريرها واختيارها، وانتقاء أخبار محددة يتم التركيز عليها دون غيرها.

2. عرض وجهات نظر محددة من خلال الآراء والتعليقات التي تتناول الأحداث بالشرح والتحليل.

¹ الضويحي، عبد العزيز بن سلطان، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجه الكوارث والأزمات، مرجع سابق، ص 51 – 64.

² آل سعود، يزيد بن محمد، دور الأجهزة الإعلامية في التعامل مع الأزمات الأمنية "دراسة تطبيقية على أجهزة الإعلام السعودي"، مرجع سابق، ص 49.

³ المصمودي، مصطفى، النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، أكتوبر 1985. ص 49.

فمن خلال هذين العاملين تحدد اتجاهات الرأي العام لاسيما فيما يتعلق بالموضوعات ذات البعد الاستراتيجي كالدفاع القومي والأزمات الداخلية والدولية، "فتستخدم الحكومات وسائل الإعلام في شرح وتبرير قراراتها السياسية، ويبرز ذلك بوضوح خلال الأزمات وقضايا الصراع".¹

إن وسائل الإعلام كنظام اجتماعي تعمل على أهمية التماسك الاجتماعي للمجتمع، لإيجاد الوحدة الاجتماعية، وتوحيد الصف الاجتماعي، وخلق رأي عام تجاه جميع القضايا السياسية والأمنية وغيرها، فوسائل الإعلام سلسلة متكاملة ومترابطة من الجهود الرسمية والمجتمعية تبذل في المحافظة على سلامة المجتمع.²

نخلص القول إلى أن ما تلعبه وسائل الإعلام إبان الأزمات السياسية والأمنية هو بمثابة توجيه للرأي العام تجاه الأزمة القائمة، فعلى صعيد الأزمات الخارجية يشكل الرأي العام ليكون داعماً لسياسة الحكومة ومؤازراً لها، أما على الصعيد الأزمات السياسية والأمنية الداخلية فيجب أن تتعامل وسائل الإعلام بما يتلاءم مع حل الأزمة لا أن تزيد من تفاقمها، خصوصاً لو كانت الأزمة تهدد كيان النظام السياسي وتهدد استقراره، والذي بدوره قد ينعكس على تماسك المجتمع وتوحده.

¹ مصطفى، هويدا، إعلام الأزمات، دار النديم للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 1997م، ص18-19.

² المطيري، عبدالرحمن، الشقاء، محمد بن عواد، الشراكة بين وسائل الإعلام والمؤسسات الأمنية، المنشاوي للدراسات والأبحاث أوراق وبحوث، 1429هـ/2008م، ص9.

الفصل الرابع: الإعلام الحزبي والأزمة السياسية الفلسطينية

❖ المبحث الأول: الإعلام الحزبي

❖ المبحث الثاني: نشأة الإعلام الحزبي الفلسطيني

❖ المبحث الثالث: دور الإعلام الحزبي إبان الأزمة السياسية والانقسام السياسي

الفصل الرابع: الإعلام الحزبي والأزمة السياسية الفلسطينية

مقدمة

يشكل الإعلام الحزبي في أي دولة الرقيب والكاشف على تصرفات الحكومة وأفعالها، إضافة إلى تأثير الإعلام ودوره في وقف الفساد داخل الأنظمة الحاكمة، وتقويم أداء الحكومات، فالإعلام الحزبي هو كل معنى لتعميق الديمقراطية وحرية الرأي والتعبير، من خلال دفاعها عن الحق بشكل موضوعي بعيداً عن الانتقاد لمجرد الانتقاد، وإلى جانب هذه الأدوار، يهتم الإعلام الحزبي بأخبار وفعاليات حزبه، وتغطيتها لكسب ثقة الجمهور واستقطابهم للحزب بإقناعهم بأطروحاته، حيث يمثل الإعلام الحزبي تعزيز وصقل لقدرات حزبه واستدامتها.¹

كما أن وسائل الإعلام الحزبية بشكل عام ربما يكون تأثيرها أكثر من الأحزاب التي تصدر عنها، إذا قامت بمخاطبة الجمهور بصيغة موحدة وفاعلة ومنظمة انطلاقاً من وضوح الرؤية والبرنامج، فكلما ازدادت قوة الحزب انعكس ذلك إيجاباً على صحافته.²

¹ الجعل، غازي محمود، المعالجة الصحفية لاتفاق واي بلانتينشن في الصحافة الحزبية الفلسطينية صحيفتي الرسالة والكرامة دراسة تحليلية مقارنة، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، 1999م، ص18.

² الغنره، منصور، بعد مرور 15 عاماً على ميلاد التعددية السياسية: الصحافة الحزبية ... هل تغرد خارج سرب أحزابها صحيفة 26 سبتمبر رقم العدد: 1174، ص 9.

المبحث الأول: الإعلام الحزبي

تعددت وسائل الإعلام منها ما هو حر ليبرالي منفتح على أوسع الشرائح الاجتماعية - السياسية، ومنها ما هو حر لكنه ملتزم بمصالح شريحة اجتماعية محدودة منتظمة سياسياً في حزب، يطلق عليه الإعلام الحزبي.¹

ويقال أعطني صحيفة أعطيك حزباً وهو مفهوم لينيني يعبر عن مدى أهمية وسائل الإعلام لأي مؤسسة حزبية، لذلك دأبت المعارضة والجمعيات والأحزاب السياسية على إنشاء قنوات إعلامية خاصة بها، كالصحف والمجلات، والقنوات التلفزيونية والفضائيات لتعبر عن فكرها ولإبراز هويتها السياسية، ولتكون صوتها للجمهور من خلالها تبت آرائها وأهدافها وتطلعاتها، في محاولة منها لتشكيل الرأي العام المساند لها، لذلك كانت دائماً وسائل إعلام الأحزاب لسان حالها تنشر عبرها قراراتها ومناقشاتها وأمانيتها،² ويمثابة ساعدها الأيمن الذي تخوض بموجبه الدعاية ضد الأحزاب والحركات الأخرى، وبموازاة ذلك تروج لنفسها وفكرها عبر المقالات والتقارير والتحليلات والتحقيقات الصحافية والأخبار التي تنبثها آلتها الإعلامية بشكل مستمر، متضمنة إياها رسائلها ومواقفها لمواكبة جميع ما يجري على الأرض من وقائع وأحداث وتطورات سياسية واجتماعية واقتصادية وغيرها.³

ويستخدم السياسيون الإعلام في توجيه الرأي العام لكسب الجمهور بصفة عامة، وبصفة خاصة بين النخب السياسية، نظراً لأن لوسائل الإعلام دور مباشر في التأثير على الرأي العام.⁴

¹ خليل، أحمد خليل، معجم المصطلحات السياسية والدبلوماسية، دار الفكر اللبناني، الطبعة الأولى، بيروت، 1999م، ص123.

² عكاشة، محمود، خطاب السلطة الإعلامي نحو تجديد لغة الخطاب، مرجع سابق، ص46.

³ القلاب، صالح، أعطني شبكة عنكبوتيه، جريدة الرأي الأردنية، 11/4/2008م.

http://www.alrai.com/pages.php?opinion_id=1947

4 Stuart Cunningham, Political and Media Leadership in the Age of YouTube, The Australian National University, 2008, p77.

فمنذ القدم والإعلام مرتبط بشكل كلي بالسياسة والأحزاب السياسية، حيث أن التمرکز في الإعلام في البلاد ذات النظام التحرري أدى إلى اختفاء العناصر التابعة للأحزاب السياسية، فإعلام الرأي والفكر اختفى تدريجياً، أما في البلاد ذات النظام الاشتراكي أو الديكتاتوري فالإعلام فيها بطبيعة الحال مذهبي،¹ وأصبح الصراع على السلطة في المجتمع إلى حد كبير هو صراع على اهتمام وسائل الإعلام،² وتتسم وسائل الإعلام بقوة تأثيرها بالسّمات التالية³:

1. تأثير وسائل الإعلام الحزبية على أفكار الناس ومعالّم الواقع السياسي.
 2. تشكّل وسائل الإعلام ساحة للاستخدام من جانب "الأحزاب" في المجتمع للسيطرة على السلطة من خلال نشر المعلومات والتلاعب بالآراء وتطويرها وتكثيفها في مجال الأعمال والسياسة.
 3. سيطرة وسائل الإعلام بدرجة عالية على السلطة السياسية بما يبعدها عن المنطق والمهنية ويبعدها عن الإعلام المستقل القوي.
- إن مضمون الإعلام الحزبي بشكل عام فيكون على اتساق بنيوي مع أفكار وأيديولوجيات الأشخاص القائمين عليه، والذين يسعون جاهدين لبلورة آراء المواطنين وفق توجهاتهم وتطلعاتهم، كمحاولة لتشكيل وعي الجمهور بطريقة توافق إرادة أحزابهم، ولعل هذه المحاولة تستهدف الوعي البشري لتعديل سلوكه واتجاهه، وبخاصة أن من أهداف الإعلام الرئيسية هو التنقيف الذي عادة ما يكون في الإعلام الحزبي مبرمجاً ومنظماً، ويحمل في طياته أدوات ورغبات سياسية خفية، لذا فإن الأشخاص المستهدفين لا يستطيعون الإفلات من مجال التأثير الذي يسفر عن مجموعة من القنوات والتوجهات الجديدة التي تتشكل لديهم.⁴

¹ بيير، البير، الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله محمود، الهيئة العامة العربية العامة للكتاب، القاهرة، 1987م، ص86.

² Mats Ekstrom, Research on Media and Democracy Reflections on Changes and Challenges Panel Discussion I. Media Economy and Democracy, 2008, p45.

³ ibid, p46.

⁴ خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م، ص65.

ويتصف الإعلام الحزبي ببعض الصفات الخاصة منها:¹

1. أنه يحشد الأحداث لخدمة مبادئه الحزبية، وينتقي من الأحداث ما ينسجم مع تنبؤات حزبه

وأهدافه العامة.

2. أنه يقوم في أغلب الأحيان بحرف الأحداث وتوجيهها لخدمة مبادئ حزبه، خاصة إذا كان الحزب

لا يملك من الأهداف ما يعزز مكانته.

3. يركز في رسالته الإعلامية على أهداف الحزب الخاصة، أكثر مما يركز على أهداف الوطن

بأسره.

وإذا ما ألقينا نظرة عميقة على تجارب الإعلام الحزبي في الدول العربية، سنجد أن الإعلام الذي لا

يتخذ الحيادية أو الموضوعية طريقاً لمسيرته سينعكس على شعبيته، ويدفع إلى الإعلان عن وفاته بشكل

نهائي.² فقناة الجزيرة تميل أكثر لانتقاد الحكومات العربية وتبتعد عن البيئة السياسية الداخلية لدولة قطر،

في ظل أن حكومة قطر تدعم قناة الجزيرة على الرغم من أنها تدعي أنها قناة مستقلة، مما أفقدها شعبيتها

على المستوى العربي والمستوى الداخلي لعدم تمتعها بالحيادية والموضوعية.³

إن الإعلام الحزبي على الأغلب، يتناول الوقائع من زاوية واحدة وذلك يجعل الصورة الكاملة مبتورة،

وهذه المعادلة طردية لها انعكاسات سلبية، ليس فقط على الجمهور العام، بل على أنصار الحزب لكونه

يرسخ لديهم قناعات مشوهة، ورؤية مختلة، وينسلخون عن الحزب.⁴

¹ السويركي، باسل سمير، معالجة الصحف الفلسطينية الحزبية لقضايا العملاء في إنتفاضة الأقصى "دراسة تحليلية مقارنة بين صحفيي الرسالة والاستقلال"، الجامعة الإسلامية، غزة، 2002م، ص18.

² الشويكي، عمرو: هل يعلنون وفاة الصحافة الحزبية والإيديولوجية، ثقافة وفن: إسلام أونلاين، 2004/8/15م.

<http://www.islamonline.net/arabic/arts/2004/08/article10.shtml>

³ William A. Rugh, Do National Political Systems Still Influence Arab Media?, The Middle East Center St. Anthony's Oxford, April/May 2007, p9.

⁴ خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، مرجع سابق، ص66.

تقول هولي ألف* في دراستها عن الحملات الانتخابية وتوازن وسائل الإعلام: تعد وسائل الإعلام المصدر الأكثر شيوعاً للحصول على معلومات حول الحملات الانتخابية في الديمقراطيات والمجتمعات التي تمر بمرحلة انتقالية في جميع أنحاء العالم، من حيث الحجم الهائل للمعلومات المتاحة للمواطنين عبر وسائل الإعلام، وحول القضايا وزعماء الأحزاب السياسية والحملات الانتخابية، وهذا يشكل مخاوف بشأن مدى التحيز السياسي في وسائل الإعلام، وفي وقت الانتخابات. وعليه يجب أن تكون ممارسات تغطية الانتخابات التي يتم استغلالها من قبل وسائل الإعلام متمتعة بالدقة والنزاهة في مصادر المعلومات واستطلاعات الرأي وتجنب خطاب الكراهية والتحريض.¹

فالإعلام بصفة عامة في الدول النامية هو إعلام مقيد، يخضع لعدة ضغوطات، كما أن وسائل الإعلام التابعة للسلطة السياسية لا تتمتع بالحرية الكاملة التي تجعلها تمارس مهمتها بكل حرية، فتضطر لأن تكشف الجانب الإيجابي، دون التطرق للسلبيات.²

إن هجرة العديد من الإعلاميين الفلسطينيين في فترة الثمانينيات والتسعينيات؛ كانت بسبب القيود التي تحد من عملهم، فمع مرور الوقت يشعر الإعلامي الحزبي بالملل من طبيعة عمله، الذي يضطره لاستخدام عبارات إيديولوجية وسياسية معينة تلقى صدى لدى جمهور الحزب فقط، لكنها تبقى بعيدة كل البعد عن باقي أفراد المجتمع، ويصبح وكأنه مجرد بوق دعائي، مجبر على قبول ما تمليه عليه قيادته السياسية من مواقف، مرة بحجة التوجه، وأخرى بحجة الإسهام في تحسين العمل.³

* هولي ألف: أستاذ دكتور في العلوم السياسية في جامعة إيموري بالولايات المتحدة الأمريكية، ونائب رئيس مجلس الجامعة للشؤون الدولية، ومدير معهد م. هالي كلوز للتعليم العالمي، تشمل اهتماماتها البحثية الاتصالات السياسية ووسائل الإعلام والنظم السياسية المقارنة، والانتخابات والحملات الانتخابية، ومحتويات وسائل الإعلام، والآثار والبحوث المسحية وتحليل المحتوى.

¹ Holli A. Semetko, Election campaigns, partisan balance, and the news media,

<http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/WorldBankReport/Chapter%207%20Semetko.pdf>.

² عبيد، سهام، أزمة الإعلام الفلسطيني، السلطة الوطنية الفلسطينية، وزارة الداخلية، قسم الدراسات والبحوث، 1998م، ص 11.

³ تريبان، ماجد، الصحافة الفلسطينية، كلية الإعلام جامعة الأقصى – فلسطين 2008/2/20م.

<http://www.minfo.gov.ps/Docs/saha4.doc>

كما أن الأحزاب التي تتخذ من قاعدة فكرية واحدة منطلقاً لها تختلف حول بعض المسائل والقضايا، كما هو التباين والتناقض بين مواقف الأحزاب الإسلامية واليسارية والعلمانية تجاه جميع القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهنا تبرز المشكلة بالنسبة للصحفي، وهي كيفية التوفيق بين فكره والتزامه السياسي وبين فكر وتجاه الجهاز الإعلامي الذي يعمل فيه، وهكذا يحاول كل صحفي العمل مع المؤسسة الإعلامية القريبة من أفكاره الأيديولوجية وأهدافه السياسية،¹ لأن الإعلام الحزبي يسترشد في كتاباته بالمؤتمرات والوثائق والبيانات التي يصدرها القادة أو الناطقون باسم الحزب، وكذلك قرارات القيادة العليا التي تدير شؤون الحزب. كما درج في الإعلام الحزبي استخدام أساليب معينة، يمكن تقسيمها لثلاثة أنواع هي:²

1. الأسلوب التأكيدي الإيجابي، أي تبيان نجاحات الحزب، وإيضاح نقاط قوته.
2. الأسلوب النقدي التحليلي، أي كشف العيوب والثغرات في الأحزاب الأخرى.
3. الأسلوب الساخر، بقصد الاستهزاء من المنافسين، في محاولة لإعطاء القراء معلومات مثقلة بأفكار مطروحة بطريقة غير مملّة، ليس كما هو الحال في الأخبار السياسية التي عادة توصف بالجمود.

أما فيما يتصل بطبيعة الإخراج للإعلام الحزبي، فهو عادة يتضمن ركناً ثابتاً لتزكية خط الحزب وميوله، ومتابعة آنية لأهم الأحداث والوقائع، وعادة ما يكون هذا الجانب أشبه بخطاب للرأي العام. إن العمل الإعلامي شأنه شأن أي عمل إبداعي آخر، ناتج عن تفاعل الفكر مع الأهداف والمبادئ التي يتحرك العمل الإعلامي في إطارها، إلا أن العمل الإعلامي بحكم ارتباطه بالعمل السياسي، يتحمل شيئاً من الالتزام. ويكون أجهزة الإعلام مرتبطة بشكل أو بآخر مع جهات سياسية معينة، نرى بأنها لا

¹ سيروان قحو- أتلانت: الإعلام الحزبي بين الموضوعية والتحيز، 25 سبتمبر 2008م.
http://syrianelector.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2210&Itemid=84

² خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، مرجع سابق، ص 68 - 69.

تسمح بأي نشاط إبداعي خارج إطار فكرها أو مناقض لذلك الفكر من هنا تزول الفوارق الأساسية، التي كانت موجودة بين الصحفي الذي تنحصر مهامه في نقل الأخبار والحقائق إلى الجمهور بكلّ مصداقية وأمانة، وبين الكادر السياسي الحزبي الذي تتركز مهامه في السيطرة على عقول الناس وكسبها في جميع القضايا المطروحة. وتقوم الكثير من الأحزاب والتيارات السياسية، وخاصة تلك التي لديها إمكانات مادية هائلة، بإيجاد العديد من السبل والطرق التي تتصل مباشرة مع الفرد العادي، في سبيل كسب رأيه وتأييده إلى جانبها.¹ إن وسائل الإعلام الحزبية تعمل على قلب الأمور في اتجاه معاد،² مستغلة كافة وسائل الاتصال المرئية والمسموعة والمقروءة، في محاولة منها لإحداث تغييرات معينة في طرف آخر.³

إن الفجوة الإعلامية في وسائل الإعلام الحزبية والقائمين عليها في كثير من الأحيان، تكمن في الشعور بالضعف في مساعيها لتغيير النظام وتحسينه، لأنه بالنظر في دورها مهنيًا واجتماعيًا فهي نتيجة حتمية للانقسام.⁴ فالتضارب بين العديد من الرسائل الإعلامية غالباً ما تؤدي إلى ارتباك الجمهور، وبالتالي يصبح الرأي العام أكثر عرضة للمزيد من النفوذ الحزبي.⁵

ويمكن القول أنه إذا كانت وسائل الإعلام المملوكة للقطاع الخاص تعتبر نفسها كمراقب عن الجمهور وتعمل ذلك بشكل مستمر، فهي أيضاً مسئولة أمام الجمهور مثلها مثل وسائل الإعلام المملوكة للقطاع العام.⁶ فالهدف من الاتصال الإعلامي بكافة اتجاهاته السياسية ينبغي أن يكون لخلق معرفة

¹ أتلانت، سيروان قحو، الإعلام الحزبي بين الموضوعية والتحيز، مرجع سابق.

http://syrianelector.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2210&Itemid=84

² Albert C. Gunther, Kathleen Schmitt, Why Partisans See Mass Media as Biased, University of Wisconsin-Madison, 2004.p5

³ Laura, Dougan, what dose it really mean to partisan " an analysis of government advertising in Ontario", Paper delivered at the Annual Meeting of Canadian Political Science Association Saskatoon, Saskatchewan, June 2007, p5.

⁴ Carmen Sammut, Media and Maltese Society, Lanham, Maryland: Lexington Books (A Division of Rowman & Littlefield), Massey University, Mediterranean Edition 2, Fall 2007, p2.

⁵ ibid, p1.

⁶ Dali Mpofu, Media and Society Conference, south African Broadcasting Corporation, 18-19 October 2006, p3.

للناخبين وفق مبدأ أن المواطنين لهم الحق في الحصول على المعلومات، أي أن الإعلام بكل أشكاله وتوجهاته هو وسيلة للتتوير العقلاني والعمل السياسي، وأنه في ظل معرفة الجمهور سيكون قادراً على المشاركة الفعالة في الشؤون العامة.¹ وأن الإعلام بشكل عام بمثابة المسئول اجتماعياً عن المجتمع إذا كانت وسائل الإعلام قادرة على العمل المستقل الذي لم تتأثر فيه بالولاء السياسي أو المحسوبية.²

¹ Laura, Dougan, dose it really mean to partisan " an analysis of government advertising in Ontario", Op, p3.

² Carmen Sammut, Media and Maltese Society, Lanham, Maryland, Op, p2.

المبحث الثاني: نشأة وتطور الإعلام الحزبي الفلسطيني

تعتبر عملية ارتباط الحزب بأدواته الإعلامية بمثابة الخاصية الأساسية التي تطبع الأحزاب السياسية الفلسطينية، وذلك منذ نشأتها الأولى التي تعود إلى عهد الانتداب البريطاني وصولاً إلى وقتنا الحاضر. فوسائل الإعلام كانت ولا زالت بمثابة المرآة الحقيقية التي تعكس وجه الحزب، والأداة الأساسية التي يمكن من خلالها إبراز رأيه ومواقفه، فقد تبين دور الإعلام الحزبي في فلسطين حسب المراحل التي مر بها، خاصة في المضمون والأداء والواقع السياسي، وهذا يدفعنا لتقسيم المبحث إلى مراحل، كل مرحلة حسب طبيعتها وواقعها:

أولاً: مرحلة الانتداب البريطاني

تعتبر الصحافة الفلسطينية صحافة حزبية منذ ولادتها في العهد البريطاني، حيث عملت حكومة الانتداب البريطاني إلى تقسيم الرأي العام الفلسطيني إلى قسمين هما: مجلسي ومعارضة. وكانت الصحافة أحد الميادين الرئيسية في صراع هذين القسمين، ليس على صعيد استمالة الصحف للاتجاه السياسي الذي يمثله كل منهما فحسب، وإنما إزاء امتلاك أكبر عدد ممكن منها أيضاً.

فخلال فترة الانتداب كانت الصحافة الفلسطينية انعكاساً تفصيلياً لمعطيات واقع الانقسام الحزبي في فلسطين، ووسيلة تعبير لطرح قضايا الخلاف بين المجلسيين والمعارضين للجمهور بشكل متزمت، والذي كان يلعب دوراً بارزاً في تعميق الاختلاف وتصديق الصفوف، وهو مأخذ على الصحافة آنذاك. إن الصحافة الفلسطينية كانت منقسمة بنفس مستوى انقسام الحركة الوطنية الفلسطينية، وكانت تأخذ أشكال مسار هذا الانقسام وتفرعاته، بدءاً من ظهوره بمظهر الاختلاف العائلي حسيني ونشاشيبي، ومروراً بتحوله إلى خلاف مجلسي ومعارضة، وانتهاء بالصراع بين حزبي العربي والدفاع، وقد وجدت الصحافة الفلسطينية في ظروف هذا الانقسام ما يتيح لها حرية تناول خصومها السياسيين، من الطرف الآخر في الحركة الوطنية الفلسطينية بالنقد الشديد وفق ما يراه المحرر في مصلحة إطاره التنظيمي، في ظل أنها

كانت تمس بنقدها الشديد سياسة الحكومة البريطانية إلا أن الحكومة البريطانية كانت تغض النظر عن ذلك لأنه يخدم سياستها المتعمدة في فلسطين والتي تقوم على نظرية فرق تسد، وبالرغم من وجود الصحافة الحزبية ودورها السلبي في تقسيم المجتمع التي وجدت منقسمة بفعل الانقسام في الحركة الوطنية الفلسطينية، إلا أنها كانت تعكس اتجاهات وتطلعات الشعب الفلسطيني، لإنجاز التحرر والاستقلال الوطني.¹

لقد تمثلت الصحافة الفلسطينية الحزبية إبان هذه الفترة بثلاث اتجاهات²:

□ **الاتجاه الأول:** وهو الاتجاه القومي حيث حملت الصحف لواء الوحدة الوطنية، ورفعت شعار

محاربة الانتداب البريطاني، والتصدي للهجرة الصهيونية والمشروع الاستيطاني الصهيوني.

□ **الاتجاه الثاني:** وهو الاتجاه الإسلامي الذي دعا لقيام مجتمع إسلامي، وضرورة التمسك بخيار

الجامعة الإسلامية كضرورة ملحة للحفاظ على الأمة الإسلامية أمة واحدة.

□ **الاتجاه الثالث:** وهو الاتجاه اليساري للصحافة الفلسطينية، والذي دعا إلى الوحدة العمالية

الاشتراكية، وساوى بين العمال الفلسطينيين واليهود، وعمل من أجل الدفاع عن مصالح الطبقة

العاملة في فلسطين.

ثانياً: مرحلة الوفاق

كان للتعدد التنظيمي في الساحة الفلسطينية على اختلاف المناهل والمشارب والأيدولوجيات أثر كبير

في تعدد وتنوع وسائل إعلام المقاومة، التي زاوجت بين الهم الفلسطيني والفكر التنظيمي، والتركيز على

دور الشعب في معركة التحرير، وضرورة إبراز الهوية الوطنية.³ حيث تمثل إعلام المقاومة على شكل

نشرات سياسية طغى عليها المقال السياسي التعبوي والتحريض في مواجهة الاحتلال، ورفع شعارات

التحرير والكفاح المسلح، فتسابقت جميعها في نشر خسائر العدو وتعبئة الجماهير، لمقاومة الاحتلال

¹ سليمان، محمد، الصحافة الفلسطينية وقوانين الانتداب البريطاني، مرجع سابق، ص110.

² طالب، موسى علي، الصراع الإعلامي الفلسطيني - الإسرائيلي، جامعة الأزهر، غزة، 2006، ص6.

³ أبو شنب، حسين، الإعلام الفلسطيني، مرجع سابق، ص120.

والصمود أمام ممارساته، أي أنها عملت على خطين متوازيين وهما تمتين الجبهة الداخلية والتمسك بالثوابت، والآخر مقاومة الاحتلال ودحض كل محاولاته لإثارة القتال الداخلي.¹

حيث واكب إنشاء منظمة التحرير الاعتماد في هذه المرحلة على الاتصالات الشخصية والجماعية، والمؤتمرات الشعبية والخطابات والدورات من كافة الاتجاهات السياسية والفكرية، وكما اتسمت هذه المرحلة بظهور إذاعة صوت فلسطين صوت منظمة التحرير الفلسطينية وصحيفة أخبار فلسطين، كما شكل برنامج منظمة التحرير المحلي في تلك المرحلة انعطافاً واضحاً في مسيرة الفكر السياسي، والذي بدوره نقل صحافته الحزبية من مرحلة الخطاب المعتمد على الشعارات والخطابة إلى مرحلة الواقعية القائمة على حجج وبراهين، كما قاد لنشوء تيارين سياسيين متناقضين، أحدهما عرف بمعسكر التسوية، وتترجمه حركات أبرزها "فتح" وآخر أطلق عليه جبهة الرفض، وضم فصائل عدة كالجبهة الشعبية لتحرير فلسطين، وجبهة التحرير العربية وجبهة النضال الشعبي الفلسطيني.²

لقد ارتكز التناقض بين القوى السياسية الفلسطينية على الخط الفكري والنهج السياسي الواجب سلوكه، ولم يحدث تبايناً حول طبيعة الهدف الرئيسي في البرامج السياسية، وبالتالي توفرت بيئة من التنافسية بين الفصائل والأحزاب، حاول كل طرف إثبات رؤيته وصواب خطه السياسي، بطريقة ساعدت الإعلام الحزبي الفلسطيني على التحرر من النزعة الإنشائية ومرحلة الشعارات إلى الجدل السياسي.³

أما مرحلة التحدي فشهدت زيارة الرئيس أنور السادات لإسرائيل، وتوقيع اتفاقية كامب ديفيد عام 1977م، واجتياح لبنان والاعتداء على المخيمات الفلسطينية، وارتكاب مجزرة صبرا وشاتيلا عام 1982م، إذ اتسمت المرحلة بكثافة الإعلام الفلسطيني وقوة التأثير التي تعددت أشكاله وألوانه وأنواعه في سياق وطني متسق فكرياً، وتلتها مرحلة التناقضات بين التنظيمات الفلسطينية السياسية المختلفة في الساحة

¹ تريان، ماجد، الصحافة الفلسطينية، مرجع سابق. <http://www.minfo.gov.ps/Docs/saha4.doc>

² الحسن، عبد الله: فلسطين بين برنامجي الاستقلال والتحرير، الجزيرة، المعرفة التحليلات، 2007/5/13م.

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/CC562C2A-05DC-4023-9FEE-AFD0AC689D67.htm>

³ خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، مرجع سابق، ص 73.

الفلسطينية والعربية، وتوزيع القوات الفلسطينية في الدول العربية، وانتقال مقر المنظمة من لبنان إلى تونس، وانحصار الدعم المالي الإعلامي لمنظمة التحرير الفلسطينية، وخاصة أثناء أزمة الكويت والعراق عام 1991م، كما اتسمت هذه المرحلة بالتناقض الإعلامي، بسبب غياب المركزية الإعلامية، وانتقال المنابر الإعلامية من بيروت إلى قبرص ولبنان والكويت والقاهرة، وكان من أبرز المنابر الإعلامية مكتب الإعلام الفلسطيني بالكويت وما يصدر عنه من نشرات، وصحيفة فلسطين الثورة التي انتقلت من بيروت إلى قبرص.¹

وبالرغم من الاختلافات السياسية التي دارت بين القوى الوطنية الفلسطينية، بقيت مقاومة الاحتلال القضية المركزية لإعلامها الحزبي، مما أسهم في تمتين الجبهة الداخلية الفلسطينية، وتعزيز استقرارها الداخلي، فلقد ساهم الإعلام الحزبي في توفير أسس ومرتكزات التنمية السياسية داخل المجتمع الفلسطيني، فقد أوجد قاعدة للحوار، وتبادلاً للأفكار في المجتمع، وخلق حراكاً سياسياً وجدلاً بين الأحزاب، قاد لإعادة اللحمة بين فصائل منظمة التحرير.

لقد استطاع الإعلام الحزبي الفلسطيني إبان هذه المرحلة من تأدية رسالته، والتصدي لسياسات القمع والظلم والتهجير وغيره من السياسات العنصرية التي مارستها قوات الاحتلال بحق الشعب الفلسطيني، وعمل على تعبئة الجمهور بروح الثبات والصمود والتحدي، والتوفيق بين الاختلافات الفكرية والأيدلوجية داخل المجتمع، أي أنه استطاع أي يخدم الاندماج الوطني والانسجام الداخلي، من خلال التوعية بالأحداث والمواقف سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي المتعلق بالقضية الفلسطينية، وهو ما عزز حالة الاستقرار والحوار والحراك السياسي، ووجد الرؤية والصفوف.

¹ طابيل، ادهم، الإعلام الفلسطيني والدور الحقيقي، 21 أغسطس 2008 م.

<http://www.tigweb.org/express/panorama/article.html?ContentID=21839>

ثالثاً: بداية الخلاف

بعد خروج منظمة التحرير الفلسطينية من بيروت عام 1982م، ازداد نشاط الجماعات الإسلامية في ظل الصراعات الداخلية داخل منظمة التحرير، والصراع السوري الفلسطيني، حيث أصبحت الأمور مهياة أكثر لبروز النشاط الإسلامي، والذي بدا في فترة من الفترات وكأنه مشروع بديل للمشروع الوطني المتمثل في منظمة التحرير الفلسطينية، وقد ازداد التكريس بعد اندلاع الانتفاضة عام 1987م، في ظل وجود الكثير من عوامل الاختلاف بين منظمة التحرير الفلسطينية وتحديداً حركة فتح مع الإخوان المسلمين، وقد كان الخلاف والتنافس سابقاً على إدارة الجامعة الإسلامية في قطاع غزة، من خلال الأطر الطلابية، ولم يكن نزاعاً لفرض القوة، بقدر ما كان خلافاً فكرياً بين منتسبي المنظمة والإسلاميين في فلسطين، أما بعد بداية الانتفاضة فكان الخلاف حول المسؤولية أو الإمساك عن انطلاق انتفاضة 1987م، وعن الخطوات التي سبقتها والتي أدت إلى اندلاعها، في ظل محاولة إبراز الوجه الإسلامي للانتفاضة، خصوصاً بعدما ذكرت وسائل الإعلام الغربية والإسرائيلية والتي كانت تغطي الانتفاضة منذ بدايتها إلى إبراز العنصر الإسلامي في الأحداث خصوصاً في قطاع غزة، وحاولت العناصر الإسلامية تثبيت وتقوية هذا التوجه، في حين مالت وسائل الإعلام التابعة لمنظمة التحرير الفلسطينية بشكل عام إلى تجاهل الأمر كلياً في من يقف وراء اندلاع الانتفاضة، في محاولة منها لإزالة فكرة الخصوصية المستقلة لهذه العناصر الإسلامية وخلافات الرأي القائمة، ومحاولة جذب انتباهها وضمها إلى الحركة الوطنية، لقد حاولت العناصر الوطنية التنسيق مع حماس، في محاولة للتوصل إلى تنسيق المواقف والبيانات الإعلامية المشتركة، أو على الأقل توحيد مواعيد الإضرابات، وبالرغم من أن البيانات الإعلامية الموقعة باسم حركة حماس يظهر فيها النداء بتوحيد الصفوف من أجل الحفاظ على منجزات الانتفاضة، إلا أنه لم يظهر أي

تغيير في مواقفها السياسية تجاه المنظمة والعناصر الوطنية، لقد امتنعت قيادة حركة حماس بنشوراتها الإعلامية وبياناتها من التنسيق مع الحركة الوطنية، مما زاد من حدة الخلاف في الرأي.¹

وبالرغم من بساطة الأساليب الإعلامية التي كانت حركة حماس تستخدمها في بداية انطلاقها، إلا أنه رصد لها بعد نشر ميثاقها عام 1988م مساجلات مع القيادة الوطنية الموحدة التي انطوت تحت ظلها فصائل منظمة التحرير وقادت دفتها حركة فتح، وتعددت المرات التي حدث فيها الخلاف بين ممثلي حماس والقيادة الموحدة، ويتمثل ذلك بالخلافات التي كانت تحصل عند الدعوة للإضراب، أو إقامة فعالية من فعاليات الانتفاضة وذلك من خلال البيانات المختلفة التي تصدر عن القيادة الموحدة أو حركة حماس. وبالرغم من هذا التعارض إلا أنهما كانا ضد شق الصف الوطني، وكانت المصالح المشتركة في المجال العملي تغطي على أي خلاف، وكان الصراع اليومي ضد الاحتلال هو العامل البارز في الوحدة والعمل. إضافة إلى وجود عاملين رئيسيين عملا على كبح الخلاف بين حماس ومنظمة التحرير ممثلة بحركة فتح تمثلا بالآتي:²

- أولهما: تسارع عجلة الانتفاضة واشتداد وتيرة المواجهات مع الاحتلال، هو ما جعلهم عملياً يتخذون في صف واحد.

- ثانيهما: أن الإعلام الحزبي الفلسطيني تلقى العديد من الضربات القاسية، مما جعله يستحدث طرقاً جديدة للتعامل مع الواقع الإعلامي الذي فرضه الاحتلال، فابتكرت البيانات السرية وكتابة الشعارات على الجدران، بالإضافة إلى المجلات والنشرات التي كانت توزع بشكل سري.

أما القضايا والمسائل التي انصب تركيز الإعلام الحزبي الفلسطيني عليها، فتتلخص في استقطاب المزيد من العناصر لصفوفها، وتعزيز قاعدتها الشعبية، وفضح الممارسات والاعتداءات الإسرائيلية ضد

¹ المصري، زهير، اتجاهات الفكر السياسي الفلسطيني بين الكفاح المسلح والتسوية، مكتبة اليازجي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، غزة، 2008م، ص 295، 355.

² خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، مرجع سابق، ص 75 - 76.

أبناء الشعب الفلسطيني، والكشف عن مخططات الاحتلال المتعلقة بالتهجير والاستيطان، كما كان من أجندها الدعوة للوحدة الداخلية لتفويت الفرصة على الاحتلال، وهي بذلك شكلت ضمانة حقيقية لوحدة الصفوف وأسهمت في الحفاظ على الاستقرار الداخلي، فحركة حماس اندفعت في تلك الفترة نحو الإعلام، وذلك لتعزيز قاعدتها الشعبية في ثلاثة خطوط هي: الخط الدعوي، والتنظيمي، والأمني، فقامت بإصدار نشرات داخلية وبيانات ومجلات حائط في المساجد وبعض الجامعات، وذلك لإيصال صوتها ورؤيتها للجمهور الفلسطيني المتمثل في مقاومة الاحتلال¹. إلا أن إعلامها حينذاك لم يخلو من الدعاية الحزبية لجلب المزيد من الدعم لخطها السياسي. ومن الجدير ذكره أن حماس رفضت اعتراف منظمة التحرير عام 1988 بقراري الأمم المتحدة 181 و242، واعتبرت هذا الاعتراف تنازلاً عن أرض فلسطين التاريخية، لكون القرار الأخير يحمل ضمناً اعترافاً بإسرائيل، وقد ميز هذا الموقف حماس عن غيرها من فصائل منظمة التحرير في عيون بعض الفلسطينيين، وأصبح للمرة الأولى في فلسطين يوجد إلى جانب فصائل "م.ت.ف" حركة إسلامية، وتحمل برنامجاً متبائناً في مبادئه مع ميثاق المنظمة.²

وعندما انطلقت المفاوضات السرية بين منظمة التحرير، وإسرائيل بعد مؤتمر مدريد بداية التسعينات، بدأت بوادر الخلاف في الرؤى السياسية تنعكس على مرآة إعلام فتح وحماس، وسجل وقوع بعض الاشتباكات المسلحة في قطاع غزة بين عناصر الحركتين.³

ولعل الظروف السياسية وأدوات الإعلام الحزبي التي امتلكتها فتح وحماس في ذلك الوقت، لم تكن لتساعد على حصول تماس مباشر أو تصادم إعلامي بينهما، يمكن تحريره واستقصائه وتتبعه بشكل

¹ إسلام أون لاين، ميثاق حركة المقاومة الإسلامية حماس، 2001/9/14م.

http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&pagename=ZoneArabicDaawa%2FDWALayout&cid=1231926477538

² خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة مرجع سابق، ص78.

³ الجزيرة: منظمة التحرير الفلسطينية ملفات خاصة، المعرفة تحليلات، 2004/10/30م.

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/91AFBCB5-4A98-4C09-BE3C-548A8C8D2DA9.htm>

منتظم، خاصة أن حركة فتح عانت آنذاك من ندرة الصحف التي تستطيع إيصال صوتها من خلالها، وكانت مجلة فلسطين المسلمة التي تصدر من لندن تهتم بشكل خاص في شأن حركة حماس والعالم الإسلامي بشكل عام، لذا لم يصدر عن الحركة أي صحف حزبية ذات سياسة واضحة وموجهة للرأي العام الفلسطيني قبل 1994م، وجل ما كان قبل ذلك هو مجلات حائط وبيانات، ونشرات تنظيمية داخلية، لقد أتمم الإعلام الحزبي الفلسطيني في هذه الحقبة بالضعف العام في الأداء خاصة، كالإعلام الحزبي الخاص بالقوى اليسارية، الذي أخذ بالتراجع نتيجة انهيار الاتحاد السوفيتي، ومشاكلها المادية، وضربات الاحتلال، وملاحقاته لعناصر المقاومة والكتاب، أما بداية انطلاق المناوشات والسجلات الإعلامية بين الأحزاب الفلسطينية، وما صاحب ذلك من تراجع في اهتمام إعلامها في الهم الوطني العام، والتصدي للاحتلال ومخططاته، وتعزيز صمود المواطن، فقد ارتسمت معالمه على نحو يمكن تتبع خصائصه ومميزاته بعد عام 1994م، الذي شهد توقيع منظمة التحرير وإسرائيل اتفاق إعلان المبادئ الشهير باتفاقية أوسلو، وفي ذلك الوقت رفضت حركة حماس الاتفاق وأصبحت قوة المعارضة الرئيسية في الأراضي الفلسطينية المحتلة.¹

وبالاطلاع على المنشورات والبيانات الصادرة عن حركتي فتح وحماس بين عامي 1994-1996م، يتضح حجم التوتر الذي شهدته الحقبة في تاريخ الإعلام الحزبي الفلسطيني، وما تركته من انعكاسات سلبية على حالة الاستقرار والاندماج الوطني الفلسطيني، وللتدليل على شدة الصراع الإعلامي الذي عرفته المرحلة، يمكن الالتفات إلى إغلاق صحيفة الوطن التي أسستها حركة حماس، بتاريخ 1994/12/8م وأدارها عماد الفالوجي، وأغلقتها السلطة الوطنية الفلسطينية أكثر من خمس مرات في تلك الفترة لنشرها لنصوص نصفها ليس له أي أساس من الصحة مجرد ادعاءات غير صحيحة كانت تشنها تجاه النظام السياسي القائم، وهو مؤشر ودليل واضح على طبيعة العلاقة التصادمية، التي وصلت

¹ خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، مرجع سابق، ص 79-80.

إليها حركتنا فتح وحماس وتركزت ارتدادات وبصمات كبيرة على طبيعة خطابهما الإعلامي والذي بدوره هز الجبهة الداخلية وأدخلها في مرحلة تصادم حاد.¹

إن الوضع السابق وما شابه من مشاحنات كان امتداداً مباشراً نابعاً من ارتفاع حدة الخطاب بين إعلام حركتي فتح وحماس، مما ولد حالة من الصراع السياسي والاحتقان الداخلي الفلسطيني، حيث قلبت الخلافات السياسية بين فتح وحماس أجندة الإعلام الفلسطيني، وبدأت تتراخى عن الاهتمام في المصلحة الوطنية العليا، والتحول إلى التركيز على الصراعات الجانبية، وتبنيها نهجاً من الأقوال القاسية التي تثير النعرات الفصائلية على حساب السلم الأهلي والتصالح والتسامح. وبالرغم من ذلك فقد وجد الطرفين دائماً نقاطاً كثيرة للالتقاء في ذروة مواجهة الاحتلال، وقد ظهر ذلك جلياً في أحداث انتفاضة الأقصى التي اندلعت عام 2000م، التي ولدت معها العديد من المستجدات، مثل فلتان زمام الأمور من بين يدي السلطة، وظهور أجنحة عسكرية جديدة للفصائل الفلسطينية، وانتشار الفلتان الأمني، وأيضاً تدمير قوات الاحتلال غالبية مقرات الأجهزة الأمنية الفلسطينية، وبعض المقرات الإعلامية التابعة لحركتي فتح وحماس"، كل هذه العوامل ساعدت على تخفيف حدة التوتر الإعلامي بين الحركتين، لاسيما بعد انضمام حركة حماس إلى لجنة المتابعة الوطنية والإسلامية.²

نخلص إلى القول بأن الإعلام الحزبي خلال الفترة السابقة اتسم في خطابه النقدي بالشكلية والجدل، وكان سياسياً حول قضايا معينة اختلفت فيه رؤية الأحزاب حول طبيعة تناولها، أكثر من كونه إيديولوجياً، إذ كان محوره يدور حول السلطة أو التمثيل في أحيان كثيرة، وهو ما بدا واضحاً من خلال الحديث عن احتمالات دخول حركة حماس في منظمة التحرير في أكثر من مناسبة.

¹ خلف، خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، مرجع سابق، ص 79-80.

² خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، مرجع سابق، ص 79-83.

المبحث الثالث: دور الإعلام الحزبي الفلسطيني إبان فترة الأزمة السياسية والانقسام

السياسي

انطلقت هذه المرحلة في ظل حصول العديد من المتغيرات السياسية والاجتماعية على المستوى الفلسطيني الداخلي، فالانسحاب الإسرائيلي أحادي الجانب من قطاع غزة، في ظل فشل المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية ووصلها إلى طريق مسدود، وبنية اقتصادية مدمرة ووضع اجتماعي مفكك، وفتان أمني ومظاهر فساد وخلل في بنية النظام، وبدأ الدعوة إلى انتخابات فلسطينية قبل ترتيب البيت الداخلي، واختلاف الفصائل حول عقد الانتخابات من عدم عقدها، كل هذه العوامل وأكثر مهدت لمرحلة الصراع الفلسطيني الداخلي الذي انتهى بانقسام سياسي، وما كان للإعلام الفلسطيني من دور ساهم وبشكل كبير في تعزيز الفجوة ما بين الأطراف المتصارعة.

أولاً: الإعلام الحزبي الفلسطيني إبان فترة الأزمة السياسية

بدأت هذه المرحلة مع اقتراب موعد الانتخابات التشريعية الثانية نهاية عام 2005م، حيث أعلنت حركة حماس قرارها بدخول الانتخابات التشريعية في 2005/3/2م على لسان محمد نزال عضو المكتب السياسي لحركة حماس، الأمر الذي جعل قادة حركة فتح يعيدون التفكير والنظر كلياً في عقد الانتخابات التشريعية، وتوصلوا إلى أن دخول حركة حماس في الانتخابات هو بمثابة تهديد للحركة، في ظل ما كانت تعانيه الحركة من أزمة داخل صفوفها.

فمارس قادة حركة فتح ضغوطاً على الرئيس محمود عباس من أجل إرجاء الانتخابات التشريعية تحسباً لفوز حركة حماس، ودعا مسئولون فلسطينيون القيادة المصرية إلى التدخل لدى عباس وحماس من أجل الموافقة على التأجيل، لكن حركة حماس رفضت تأجيل الانتخابات لأنه ليس في مصلحة الشعب

الفلسطيني إذ سيعمق الأزمة الداخلية الفلسطينية، وفي 20 نوفمبر 2005م صدر مرسوم رئاسي فلسطيني

حدد أن الانتخابات التشريعية ستجري في موعدها، وحدد فترة الترشيح للانتخابات.¹

ومع انطلاق الحملة الانتخابية، اتخذت حركة حماس شعار الإصلاح والتغيير شعاراً لكتلها الانتخابية، وبدأت الآلة الإعلامية لحركة حماس عملها، مركزة على مظاهر الفساد التي سادت السلطة، وركزت مكاتبها ووسائلها الإعلامية المنتشرة في المحافظات الفلسطينية الرسمية والغير رسمية على هذا الاتجاه، ورفع الرايات واللافتات المنادية بمحاربة الفساد، والدعوة لانتخاب قائمتها كتلة الإصلاح والتغيير، وابتعدت كل البعد عن الجانب الديني طارحة نفسها كحركة تحرر من جانب، وتعمل على الإصلاح الداخلي من جانب آخر.²

وفي المقابل استخدمت حركة فتح وسائل إعلامها للترويج للحركة في الانتخابات، مركزة على نضالها التاريخي، وأن مستقبل الشعب مرهون ببرنامجه وليس بأي برنامج آخر، محذرة الشعب من أن حركة حماس لا تؤمن على قيادة الشعب الفلسطيني، وأنها ستحول الدين لمصالح شخصية وحزبية ضيقة، وأن حركة حماس ستكتم الأفواه، وأنها مستعدة للتفاوض مع إسرائيل.³

كما قامت وسائلها الإعلامية بطرح تحليلات سياسية في مواقعها الإخبارية على الشبكة الإلكترونية، من النتائج التي سيلقاها الشعب الفلسطيني في حال فوز حماس بالتشريعي، وشكك الناطقون باسم حركة فتح ورموزها حول هدف حماس من المشاركة في الانتخابات في ظل تحريمهم لها في عام 1996م،⁴ وحاولوا التقليل من تجربة حماس وقدرتها على تحقيق برنامجها، وأصدرت فتح وثيقة داخلية أوصت فيها

¹ برنامج إدارة الحكم في الدول العربية، أخبار إدارة الحكم، النشرة الإخبارية الفصلية، العدد الرابع، فلسطين، أكتوبر - ديسمبر، 2005م.

<http://www.pogar.org/arabic/govnews/2005/issue4/palestine.html>

² السمان أحمد :خطاب حماس الإعلامي مشروط ذاتياً وموضوعياً، مركز دراسات الزيتونة، 2007/4/11م.

<http://www.alzaytouna.net/arabic/?c=199&a=33980>

³ وكالة معا الإخبارية، محمد دحلان يشن هجوماً على حركة حماس ويؤكد استعدادها للتفاوض مع إسرائيل. رام الله، 2006/1/15م.

<http://www.maannnews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=16297>

⁴ صحيفة إيلاف، دحلان يشن هجوماً على حماس ويحذر فتح من خسارة الانتخابات، 2006/1/15م.

<http://www.elaph.com/ElaphWeb/Politics/120501/1/2006.htm>

كوادرها بالتركيز على سلبيات حماس وأخطائها.¹ كانت الحملات الانتخابية المتبادلة من كلا الطرفين هي بداية للاحتدام الإعلامي الذي تفجر بعد إعلان فوز حماس في انتخابات المجلس التشريعي، مما عكس غضباً شديداً داخل صفوف حركة فتح والمناصرين لها.²

انعكس ذلك على مضمون إعلام حركة فتح، وأعتبر بعض قادة فتح أن برنامج حماس سيفشل، لأن غالبية الشعب الفلسطيني بمجمله علماني التوجه حسب تصريحات بعض قادة فتح.³

كانت هذه المرحلة بمثابة نقطة تحول جوهريّة في مضمون الخطاب الإعلامي الحزبي الفلسطيني، الذي بات يحمل تحت طياته لغة المنافسة والتحريض والاستقطاب الحاد، بعيداً كل البعد عن الأخلاق المهنية، والقواعد التي لطالما تمسكوا بها في الفترات السابقة، سعيّاً منهم لتحقيق مصالحهم، متجاهلين ما لهذه الخطابات من أثر بليغ على المجتمع الفلسطيني، متناسين واقع القضية الفلسطينية التي تتطلب الوحدة الوطنية على مستوى القيادة السياسية، والوحدة المجتمعية داخل صفوف الشعب.

استمرت المناكفات السياسية الإعلامية حتى بعد تشكيل حماس للحكومة الفلسطينية، وواصلت حركة فتح حملتها الإعلامية المضادة، وزادت تصريحات قادة الحركة نقداً لحركة حماس، فقد وصف صائب عريق في تصريح له برنامج حركة حماس بأنه بمثابة انقلاب مفسراً أنه عندما يكلف الرئيس شخصية لتشكيل الحكومة المقبلة سيكلفه وفق برنامجه السياسي، وإذا رفض المجلس التشريعي الحكومة، فهذا سيعني انقلاب أحمر وبداية للأزمة.⁴

¹ صالح، محسن محمد، صراع الإرادات " السلوك الأمني لفتح وحماس والأطراف المعنية 2006-2007م، مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، الطبعة الأولى، بيروت - لبنان، 2008م، ص12.

² خلف، خلف، جذور وحقائق الصراع الخفي بين فتح وحماس، جريدة إيلاف، 16 ديسمبر 2007م.

<http://www.elaph.com/ElaphWeb/AkhbarKhasa/2007/12/288608.htm>

³ وكالة معا الإخبارية، نبيل عمرو وبالانجليزية الفصحى نحن شعب علماني، سنسقط حماس وستعود فتح للسلطة لا محالة، 2006/4/19م.

<http://www.maannnews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=24228>

⁴ جريدة الأيام الفلسطينية، الأحد الموافق، العدد 3622، السنة الحدية عشرة، 2006/2/19م.

وربط إعلام حركة فتح برنامج حركة حماس السياسي مرة بالأجندة الإيرانية، ومرة بالحكم السابق لمنظمة طالبان في أفغانستان، لمحاولة لنزع الشرعية عن الحكومة التي شكلتها حماس بطريقة غير مباشرة، مستخدمين كافة الأساليب لترويج لها كإشاعات بثوب فكاوي، ومن الأمثلة على ذلك: حماس ستفرض على الشعب الفلسطيني اللباس الباكستاني، وحماس ستفرض في المدارس نشيدها الخاص بدلاً من السلام الوطني، وهي نكات تحمل في طياتها أبعاداً سياسية كبيرة، لإشعار المواطن الفلسطيني بأن المستقبل مجهول مع حركة حماس، وسيؤدي لإعادتهم مئات السنين للوراء.¹

أما إعلام حركة حماس فقد حاول الإشارة إلى أن حركة فتح هي حركة علمانية ترتبط أجندتها بالأجندة الأمريكية والإسرائيلية، من خلال تركيزها على الجانب الديني للقضية الفلسطينية، وعلى فشل العملية السلمية الممثلة في اتفاقية أوسلو، طارحة نفسها على أنها المنقذ للشعب الفلسطيني وللقضية الفلسطينية من وحل هذه العملية مشيرة إلى أن فوزها بالانتخابات انتصاراً للمقاومة.²

كما وحرصت على توجيه الاتهام لمن تصفه بالتيار الانقلابي في حركة فتح وحملته المسؤولية عن كل الأحداث التي تجري، وفي المقابل وجهت حركة فتح انتقاداتها لبعض الشخصيات في حركة حماس وجماعتها المسلحة المتمثلة في القوة التنفيذية التي أسسها وزير الخارجية في حكومة حماس، حيث صرح رئيس السلطة الفلسطينية محمود عباس في مؤتمر عقد في البتراء للحاصلين على جائزة نوبل في 2006/6/21م، أن الاضطرابات التي تجري ليس اقتتالاً بين الحركتين، بل هي اشتباكات بين مليشيا أسسها وزير الداخلية، وبين قوات الأمن الفلسطينية،³ ولكن رغم هذه التصريحات إلا أن الحرب الإعلامية كانت رباحها تشتد بمرور الوقت، وأخذ الإعلام الحزبي الفلسطيني يتجاوز الخطوط الحمراء، متجاوزاً القيم الأخلاقية للمهنة.

¹ خلف، جمال يوسف خلف، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، مرجع سابق، ص 87.

² صحيفة إيلاف، ممثل حماس فوز حماس دليل إدراك لانتهاج العملية السلمية، 2006/1/31م.

<http://www.elaph.com/ElaphWeb/Politics/2006/1/124608.htm>

³ صالح، محسن محمد، صراع الإرادات السلوك الأمني لفتح وحماس والأطراف المعنية 2006-2007م، مرجع سابق، ص 23.

لقد تميزت الخطابات السياسية لقادة وزعماء الحركتين على مدى عدة شهور بالتحريض العنيف ضد الآخر، وبدأت قيادات حركة حماس باتهام زعماء حركة فتح بأنهم وراء فرض الحصار على الشعب الفلسطيني، وبدأ تراشق وكيل الاتهامات لحركة حماس من قبل حركة فتح بدعوى أن الحكومة الحالية لا تستطيع أن تقود سفينة الوطن إلى الاستقلال، وليس لديها أدنى خبرة في التعامل مع السلطة وممارستها. كانت الحرب الإعلامية تتضخم مع مرور الوقت بتزايد الخلاف السياسي، ومع احتدام الخلاف السياسي انتقلت الأزمة وبشكل دراماتيكي سريع من معركة إعلامية إلى حرب بنادق، واقتتال بين أبناء الشعب الواحد المنتمين إلى حركات مختلفة، وأصبح يومياً يسقط القتلى والجرحى، ومما زاد الوضع سوءاً أن القادة من كلا الحركتين أصبحوا يتصارعون ويتسابقون على إدانة كل منهما الآخر في الصحف، وفي الإذاعات، وعلى شاشات التلفزة، وأصبحت المواقع الالكترونية التابعة للحركتين، ترسم صورة الآخر على أنه الأسوأ، ومع مرور الأيام أصبح المواطن الفلسطيني يشاهد أو يسمع كل متحدث باسم إحدى الحركتين-وما أكثرهم-يشير بأصابع الاتهام إلى قائد ومتحدث من الحركة الأخرى. وهذا العمل الغير محتوى وجه الخطاب السياسي الإعلامي من خطاب كان يدعو إلى الوحدة، إلى خطاب محرض على الفتنة والانقسام والاقتتال.¹

ومع استمرار التصريحات والاتهامات المتبادلة في كلا الاتجاهين انطلقت أول شرارة للاقتتال الداخلي في 2006/10/1م، ما بين القوة التنفيذية التابعة لحركة حماس والأجهزة الأمنية التابعة لحركة فتح، وسمي هذا اليوم بالأحد الأسود أو الدامي حيث راح ضحية هذه الاشتباكات 13 فلسطينياً وأكثر من 100 جريح فلسطيني.²

¹ سائد راضي الهوارين: الخطاب السياسي، والثقافة السياسية الفلسطينية هل هي ثقافة توحيد أم ثقافة تفريق، مجلة تسامح، عدد16، السنة الخامسة، آذار2007م، ص119.

² قويدر، رشيد، حماس وفتح ثنائية السلطة، شبكة فلسطين للإعلام والدراسات، 2008/1/16م.

<http://www.mediapal.org/printout.php?id=66&type=news>

إن المتتبع للخطاب السياسي الفلسطيني الذي ساد فترة شرارة الاقتتال وسقوط القتلى والجرحى، يلاحظ أن هناك كماً كبيراً من الخطابات والمقالات واللقاءات الصحفية التي صدرت عن قادة حركتي فتح وحماس، وعن مؤسستي الرئاسة ومجلس الوزراء، وعن قادة أحزاب المعارضة، وعن المعلقين والمحليين السياسيين إلى درجة أصبح من غير الممكن متابعتها. ورغم الاتفاقات العديدة التي وقعت بين حركتي حماس وفتح التي تنص على التهدئة، إلا أنه سرعان ما كانت تتهاوى، وتخرق التهدئة، ويتبادل الطرفان الاتهامات حول خرق التهدئة، وتحول الخطاب السياسي الفلسطيني إلى خطاب تحريضي تعبوي، لعناصره ضد الآخر، وبالتالي أصبح الكادر المنتمي إلى إحدى الحركتين يؤمن بمبادئ وأقوال قادة الحركة أكثر مما يؤمن بعدالة القضية، وأصبحت وسائل الإعلام تتناقل عبارة الإخوة الأعداء.¹

لقد أوجد أداء الإعلام الحزبي عبر رسائله الإعلامية التي بثها إبان الفترة السابقة الأرضية الخصبة كمقدمة لوقوع اشتباكات أشد عنفاً، والتي انتهت بتاريخ 2007/6/14م، عندما سيطرت حماس عسكرياً على قطاع غزة، الأمر الذي مهد لمرحلة جديدة وعداء كبير بين الحركتين برز وبشكل كبير في خطابهما الإعلامي، الذي احتوى في مجمله على العديد من جمل التحريض والتخوين والتشهير والاستفزاز. الأمر الذي أسس لمرحلة ساخنة في الخطاب الإعلامي أشبه بمرحلة عدااء بين الحركتين، وبات المواطن الفلسطيني يعتقد بمرور الوقت على سماع مصطلحات جديدة ذات الطابع الاستفزازي المحرض يتبادلها الطرفان في وسائل الإعلام.

نخلص القول أنه خلال المرحلة التي تلت نتائج الانتخابات التشريعية الفلسطينية عام 2006م بدأ الإعلام الحزبي التابع لحركتي فتح وحماس بالتخلي عن موضوعيته تدريجياً، حتى تحول في نهاية المطاف لإعلام دعائي محض، تتلخص مهمته فقط بمهاجمة الطرف الآخر، واكتساب الشارع لصالحه من خلال زجه وانتقائه لأنباء وتقارير تخدم أهدافه الحزبية فقط، بعيداً عن صحة ما تتضمنه من

¹ الهوارين، سائد راضي، الخطاب السياسي والثقافة السياسية الفلسطينية هل هي ثقافة توحيد أم ثقافة تفريق، مرجع سابق، ص 121.

معلومات الأمر الذي جعل التنافس يأخذ الطابع السلبي والضرار للمجتمع بشكل عام، ويمهد لحالة انقسام مجتمعي لن يكون من السهل معالجته على المدى القصير، ويضاف لذلك أن تبادل التهم والتهديدات خلق جواً من الغموض والقلق أدى لإشعال الفتنة بين الحركتين المتخاصمتين، وهما عاملان أساسيان أسهما في ظهور وتفشي الإشاعة المجتمع.

فقد عكس الخطاب الإعلامي للعديد من الإذاعات والمواقع الإخبارية والحوارية الإلكترونية، وقناتي فلسطين والأقصى الفضائيتين طبيعة ما يجري على الأرض من اقتتال، حاول كل فريق تسويقه إعلامياً بما يخدم أهدافه الخاصة، وهي تغطية كانت في كثير من الأحيان أبعد ما تكون عن المهنية أو المصادقية، حيث شكلت إذاعة وفضائية الأقصى الأساس في إعلام حركة حماس الموجه ضد الأجهزة الأمنية التي تسيطر عليها حركة فتح، والتي تتبع الرئيس محمود عباس، في حين كانت قناة فلسطين الفضائية الأداة الإعلامية الرئيسية لحركة فتح، كما سممت الإذاعات المحلية ذات اللون السياسي الأثير الفلسطيني، بما تبثه إلى المواطنين من أخبار مغلوطة وأحياناً مفبركة عارية عن الصحة، وبات المواطن في فلسطين حائراً لا يعرف الجهة التي يمكن أن يتأكد منها من مدى صحة أو دقة المعلومة أو الخبر، لقد ساهمت هذه الإذاعات في زرع الإثارة والفتن من خلال الإعلان عن مسئولية الأشخاص أو الجهات المعنية وتحديدها بدقة، تجاه العديد من حوادث العنف التي حدثت ضد مواطنين أو ممتلكات داخل المجتمع.¹

ويرى بعض المراقبين أن الصحف المحلية اليومية الثلاث القدس والأيام والحياة الجديدة رغم محاولتها الحفاظ على المهنية، إلا أنها في بعض الحالات تخلت عن حياديتها بانحيازها إلى جانب الشرعية الفلسطينية ووقوفها إلى جانب المؤسسات الأمنية التي تتعرض لهجوم عناصر حماس وتراجعت هذه الصحف عن حياديتها عندما دأبت خلال الاقتتال الداخلي على نشر مقالات رأي وتحليلات سياسية

¹ الحسيني، سنية، الإعلام الحزبي بين الغوغائية وعدم المهنية، 2006/10/1م.
<http://pulpit.alwatanvoice.com/content-57848.html>

تحذر من خطورة ما يجري على مستقبل القضية الفلسطينية، رداً على ما قامت به العديد من وسائل الإعلام خاصة المحطات الإذاعية والتلفزيونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية التابعة لفتح وحماس أو القريبة منها، بالتحريض على العنف والقتال، وتعبئة طرف ضد الطرف الآخر، وتحولها إلى بوق للمجموعات المتقاتلة بعيداً عن أخلاقيات وقواعد العمل الصحفي. "كما أن بعض الإعلاميين والصحافيين وبعض وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية أصبحت جزءاً من المناكفات السياسية، وشكلوا أداة لإثارة الأجواء والنعرات الحزبية والفئوية والعشائرية بحثاً عن مصالح خاصة".¹

وبهذا أضحى الخطاب الإعلامي الحزبي في فلسطين مادة للرصد والدراسة والتمحيص، يقوم على قاعدتين أساسيتين: تتمثل الأولى بتضخيم الأنا وتلميعها، وتقوم الثانية على تقزيم الآخر وتشويهه، والتقليل من قدره دون الاعتماد على الدليل والبيئة،² مما أدى إلى هبوط مستوى الخطاب الإعلامي المتبادل بين حركتي فتح وحماس إلى مستوى متدني في الأسلوب والكلمات، واستخدام الألفاظ غير معهودة سابقاً التي ساهمت في التحريض على القتال والبأس الشديد، وتضليل الجمهور، ونسف الحقيقة والتحليل عبر الدسائس والمكائد البعيدة عن الموضوعية والمهنية³، مما أبعد الإعلام عن الاهتمام بالقضية الفلسطينية وحصر اهتمامه في قضايا ثانوية، حيث غفل الطرفان عن أن جميعهم أسرى بين يدي قيادة المحتل الإسرائيلي يتسلى بمرآهم وهم يقتتلون فيما بينهم مستكبرين بحزبيتهم التي مزقتهم.⁴

¹ شوارب، أسماء، واقع حرية الرأي والتعبير في فلسطين، رسالة ماجستير، جامعة بيرزيت، 2008م، ص18.

² أبوردة، أمين، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي طلبة جامعة النجاح نموذجاً (2000 – 2007م)، مرجع سابق، ص101.

³ موسى، حلمي، هبوط مستوى الخطاب بين حماس وفتح، 2006م، <http://www.aljamel.com/node/24102>

⁴ الأغا، هاني، دور الإعلام الحزبي في الصراع الفلسطيني الفلسطيني، مجلة دنيا الرأي، 2007/4/12م.

<http://pulpit.alwatanvoice.com/content-83505.html>

ثانياً: الإعلام الحزبي الفلسطيني بعد الانقسام السياسي

بعد حسم الصراع بين حركتي حماس وفتح بالقوة المسلحة لصالح الأولى، لعب الإعلام الحزبي دوراً كبيراً في تأجيجه، وفي نشر الكراهية، حتى خلال محاولات رأب الصدع بين الطرفين، والمبادرات التي سعت إليها أطراف فلسطينية وعربية، كالمصريين والسعوديين واليمنيين، وبالرغم من نجاح اليمنيين ولو شكلياً في جمع الطرفين في عاصمتهم صنعاء، إلا أن الحرب الإعلامية بين الطرفين لم تتوقف، ولم يراع أي منهما في إعلامه أي حدود في كيل الاتهامات للطرف الآخر، والتحريض عليه، وتوصيفه بأوصاف تحض على الكراهية، غير آبه بالقوانين المحلية، ولا بالمعايير الدولية، بل إن هذا الإعلام لم يتوقف عند حدود العلاقات الوطنية وضرورة الحفاظ على شعرة معاوية بين الأخوة المتصارعين، بل تجاوز ذلك للتعدي على القوانين المحلية، والمعايير الدولية لحقوق الإنسان، وعلى الأعراف والتقاليد المهنية المتعارف عليها.¹

لقد عمقت وسائل الإعلام الفلسطيني الحزبي الصراع السياسي والانقسام بين أبناء الشعب الفلسطيني، بدلاً من أن تعزز الوحدة وتنقي النفوس، فالإعلام الإلكتروني ساعد في استشرء حالة الانقسام من خلال نشره الأخبار المثيرة للفتن، وخلق القصص الوهمية عن الشخصيات الفلسطينية، بالإضافة إلى فتح المجال للجميع للإدلاء برأيه عبر التعليقات على الأخبار.²

وعلى سبيل المثال لا الحصر قام المركز الفلسطيني للإعلام، الذي عرف نفسه بأنه حيادي في تبني وجهة نظر حركة حماس في حربها الإعلامية ضد حركة فتح، ومؤسسة الرئاسة الحكومة الفلسطينية في رام الله، حيث عمد المركز أيضاً على تقديم أخباره وتقاريره وتحليلاته بتحيز تام، يضمنها أوصافاً تحمل

¹ محسن، سميح، دور الإعلام الحزبي في تأجيح الصراع الداخلي الصحافة الإلكترونية نموذجاً، مجلة تسامح، عدد 21، السنة السادسة، 2007م، ص49.

² حمد، غازي، ندوة سياسية نظمها لجنة الثقافة والإعلام في جبهة النضال الشعبي الفلسطيني بعنوان دور الإعلاميين المتقنين في الحوار واستعادة الوحدة الوطنية، مركز المسحال الثقافي، 2008/6/22م.

موقفاً مسبقاً من تلك الأطراف، بل وعمل على بث الكراهية ضدها عبر التقارير والأخبار التي يبثها المركز.¹ كما لم ينفأ طرفا الحرب الإعلامية بأنفسهما عن تسييس الدين، وما نجم عنها من ضجة إعلامية، وعن استخدام بيوت الله في التحريض حول شرعية صلاة الجمعة داخل المساجد وفي الساحات العامة وعدم احترام المقدسات.²

مما دفع التابعين لكل طرف إلى تقسيم المساجد ما بين الحركتين التي هي من المفترض أن تكون بيوت الله التي يذكر فيها اسمه ويتعبد بها وليس للصراع السياسي والأيدلوجي، ومما زاد من حدة الأزمة الدور السلبي الذي لعبه الإعلام الحزبي والخطاب التحريضي مما حرف الإعلام الحزبي عن دوره المنوط به والمتمثل في تعزيز الانتماء الوطني، ودعم صمود الشعب الفلسطيني وكشف فضح جرائم الاحتلال.³

لقد أدت سيطرة حركة حماس على السلطة في قطاع غزة إلى انقسام الجسم الإعلامي جغرافياً في الأراضي الفلسطينية، وتوقفت وسائل الإعلام المرئية والمسموعة المقربة من حركة فتح والتابعة للسلطة الفلسطينية عن البث.⁴

وبذلك أضحى العمل الإعلامي رهن التجاذبات والخلافات السياسية، سواء كان العمل الإعلامي مرئياً أو مسموعاً أو مقروءاً، وأصبح العمل الإعلامي مرتبط بمدى تأثير الانتماء السياسي لكل إعلامي على عمله الصحفي، ومدى ضرورة أن تكون الأعمال الإعلامية تتسم بالمصداقية والاستقلال والحياد تجاه الطرف المناصر له، فأضحت الفضائيات تسلط الضوء على سلبيات الحزب السياسي المخالف لها،

¹ محسن، سميج، دور الإعلام الحزبي في تأجيج الصراع الداخلي الصحافة الالكترونية نموذجاً، مرجع سابق، ص 52 – 56.

² ناصر، نقولا، الأزمة السياسية تشل الإعلام الفلسطيني، موقع الحزب الاشتراكي، الأحد 23 سبتمبر 2007م.

<http://www.aleshteraki.net/articles.php?id=810>

³ حمد، غازي، ندوة سياسية نظمها لجنة الثقافة والإعلام في جبهة النضال الشعبي الفلسطيني بعنوان "دور الإعلاميين المثقفين في الحوار واستعادة الوحدة الوطنية"، مرجع سابق، 22/6/2008م.

⁴ مراسلون بلا حدود، الأراضي الفلسطينية تعددية الإعلام في خطر في قطاع غزة في الضفة الغربية، 27 يوليو 2007م.

<http://www.anhri.net/ifex/alerts/palestine/2007/pr0727.shtml>

لدرجة تشعر بوجود دولتين تتنازعان من خلال الوسائل الإعلامية.¹ ووصل الأمر إلى أن استطاعت القوى الأمنية من احتواء مراكز الإعلام المختلفة، وطوعتها لنظرتها وخدمة مصالحها، فمن الطبيعي وفي جميع الدول التي هي في موضع مواجهة مع أعدائها أن يكون للإعلام دور هام ومؤثر في المواجهة، لكن أن يسخر الإعلام الفلسطيني لزيادة الفقرة داخل الوطن الواحد، فإنما يدل على مدى العبث الحادث في الإعلام داخل الساحة الفلسطينية،² والجو المحموم الذي خلقته الأزمة السياسية و الذي عكس بدوره توتراً في أوساط الإعلاميين، وانحدرت اللغة الإعلامية فيه إلى مستوى بعيد عن المهنية والحيادية، بحيث أصبح الإعلام الفلسطيني جزءاً من المشكلة الداخلية للدور السلبي والحزبي الذي انتهجه.³

وبالتالي فإنه يمكن تقسيم وسائل الإعلام الفلسطيني إلى ثلاثة أقسام: الأول وسائل الإعلام الرسمية التابعة للسلطة الوطنية، كان أدائها ضعيفاً، لم تستطع أن تشكل أداة حقيقية لكشف حقيقة ما جرى بغزة، وإن استخدمت في بعض الأحيان خطاباً تحريضياً شابه الكثير من الارتجال وردات الفعل، ولكنه كان خطاباً قاصراً، وفي أوقات كثيرة محايداً وكأن الانقلاب لا يحدث ضد السلطة ويهدد المشروع الوطني. أما القسم الثاني وسائل الإعلام التابع لحركة حماس، فكان لديها خطاب واضح المعالم والأهداف، متكرر بحزم وصلابة، يبرر الانقلاب ويهاجم السلطة وحركة فتح ويتهمها بالانقلاب على شرعية حماس التي فازت بالانتخابات، ويحاول تضليل الرأي العام. لقد كان أداء الجهاز الإعلامي لحماس ناجحاً بصورة كبيرة في الترويج لرواية حماس، وإقناع قطاعات من الجمهور الفلسطيني والعربي بخطابها، وهذا يذكر بنجاح الإعلام الصهيوني في قلب الحقائق، في ظل غياب الحقيقة عن الجمهور بسبب القمع والتعتيم الذي فرض على وسائل الإعلام والتغطية الإعلامية الأحادية بقطاع غزة، وأيضاً بسبب فشل السلطة وحركة فتح في فضح أبعاد الانقلاب ومجرياته، وبسبب ارتباك الخطاب الإعلامي الفتاوي الذي عانى

¹ جبارين، سامي، الحريات الإعلامية في الأراضي الفلسطينية خلال العام 2007، مجلة تسامح، عدد 21، السنة السادسة، 2007، ص 164 – 165.

² خلف، سمح، أمنة الإعلام الفلسطيني، 2007/1/19. <http://pulpit.alwatanvoice.com/content-71466.html>
³ ناصر، نقولا، الأزمة السياسية تشل الإعلام الفلسطيني، مرجع سابق. <http://www.aleshteraki.net/articles.php?id=810>

من تعدد الروايات والآراء. أما القسم الثالث وسائل الإعلام الأخرى، وهي وسائل الإعلام التي لا تنتمي لأي من الطرفين المذكورين، كانت تتصرف وكأن ما يحدث هو في بلد بعيد لا يمت لفلسطين بصلة، إما بادعاء الحيادية المبالغ بها كثيراً للحفاظ على علاقة وطيدة مع كل من فتح وحماس، أو بسبب الخوف من انتقام حماس وإجراءاتها العدائية في قطاع غزة - على سبيل المثال لا الحصر - كما حصل لإذاعة صوت الشعب التابعة للجهة الشعبية لتحرير فلسطين، أو بسبب موقف سياسي يحمل الطرفين المسؤولية عن الانقلاب والانقسام.¹

لقد زادت حدة الاعتداءات على الإعلاميين في ظل الانقسام السياسي والجغرافي والإعلامي، ووقعت العديد من الاعتداءات على الحريات الإعلامية، مردداً مدى انتقاد الجهات الإعلامية للأعمال التي تقوم بها كل جهة من الجهات المسيطرة في كل منطقة من مناطق السلطة الفلسطينية، بالإضافة إلى اعتداءات قوات الاحتلال الإسرائيلي. إن الانتهاكات التي وقعت بعد الانقسام السياسي يمكن وصفها بأنها مجزرة بحق الإعلام الفلسطيني على أيدي فلسطينية، تمثلت في اقتحام وإحراق مؤسسات إعلامية ونهب وتدمير معداتها، ومنع من البث وطباعة وتوزيع صحف، واعتقال صحفيين وتهديدهم وإطلاق النار عليهم، مما انعكس على الأداء الإعلامي، حيث قاد إلى مساس خطير بحرية الرأي والتعبير، وأصبح الصحفيون الفلسطينيون يخشون من تغطية الأحداث وتداول المعلومات ونشرها وفقاً للمعايير المهنية، مما ساهم بتعزيز الرقابة الذاتية لدى الإعلاميين ووسائل الإعلام المستقلة، وغياب الموضوعية لتظل قليلة هي وسائل الإعلام المحلية التي حافظت على الحياد.²

وهذا ما قام به مركز مدى بتسليط الأضواء على الوضع المتردي للإعلام الفلسطيني، وكذلك في تقرير النيويورك تايمز الأميركية الذي نشرته موجزاً أن حرية الإعلام في الأراضي الفلسطينية احتلت

¹ مقابلة مع وزير الإعلام السابق أشرف العجرمي، 2009/11/14م.

² ناصر، نقولاً، الأزمة السياسية تشل الإعلام الفلسطيني، مرجع سابق. <http://www.aleshteraki.net/articles.php?id=810>

المكانة الحادية عشر في ذيل قائمة التصنيف العالمي لحرية الإعلام، كما وأشارت منظمة مراسلون بلا حدود في تقريرها الذي أعدته خلال الفترة ما بين مطلع أيلول 2006م ونهاية آب 2007م، أن ترتيب فلسطين جاء في المرتبة 158 بين 169 دولة شملها هذا التصنيف، وهذا يمثل تراجعاً مقداره 24 درجة في سلم الحريات الإعلامية علماً بأن الأراضي الفلسطينية كانت تحتل المرتبة رقم 134 في عام 2005-2006م.¹

وفي ظل غياب القانون والرقابة، خلال الفترة التي أعقبت سيطرة حركة حماس على مقاليد الأمور في قطاع غزة، وفي أعقاب إعلان حالة الطوارئ التي شملت الضفة الغربية، لمجابهة تلك السيطرة على قطاع غزة، وقعت العديد من الاعتداءات على الحريات الصحفية والإعلامية، التي أثرت على الحقوق والحريات الإعلامية خلال عام 2007م وذلك على النحو التالي:

الاعتداء على الإعلاميين

تنوعت الاعتداءات على الصحفيين وأخذت أشكالاً خطيرة، منها الاعتداء بالضرب وتحطيم الكاميرات والاعتقال، إضافة إلى حملات التهريب والتهديد الهادفة إلى منع الإعلاميين من القيام بواجبهم الصحفي وأداء رسالتهم الإعلامية، وهذا ما يتنافى مع المادة 19 من مواد الإعلام الصادرة في القانون الأساسي والتي تنص على أنه "لا مساس بحرية الرأي، ولكل إنسان الحق في التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو غير ذلك من وسائل التعبير أو الفن مع مراعاة أحكام القانون".²

¹ عثمان، زياد، بني عودة، غازي، الإعلام الألعوبة والخطاب الدموي في فلسطين، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان، رام الله - فلسطين، 2008م، ص186.

² وزارة الإعلام الفلسطينية: الدليل الإعلامي الفلسطيني، السلطة الوطنية الفلسطينية، رام الله، 2009م.

ففي 2007/9/7م كانت حركة فتح قد دعت لصلوات الجماعة في ميادين غزة العامة، وقد أدى ذلك إلى مواجهات دامية مع جهاز التنفيذ التابع لحماس، حيث شملت اعتداءات واعتقالات للعديد من الإعلاميين وتهديدات لمنع نقل الممارسات القمعية ضد الجمهور، وكانت الحصيلة أن 15 صحفياً وإعلامياً تعرضوا لاعتداءات متباينة ومتنوعة أثناء تغطيتهم لحدث واحد في غزة،¹ وأصدر القائمون على الإعلام في الحكومة المقالة في غزة بتاريخ 2007/10/18م قراراً يقضي بضرورة قيام الإعلاميين العاملين في قطاع غزة باستصدار بطاقات إعلامية جديدة عن الوزارة بدلاً من البطاقات التي يحملونها ليتمكنوا من العمل بحرية.²

الاعتداءات على المقرات الصحفية

تعددت حوادث الاعتداء على المكاتب والمؤسسات الإعلامية، فقد اقتحمت مقرات العديد من وسائل الإعلام المحلية، كمقرات الصحف وإذاعات محسوبة أو مقرية من التنظيمات السياسية المتناحرة، وتدمير محتويات بعض تلك المقرات، وسلب محتويات مقرات أخرى وإغلاق بعضها الآخر، إضافة إلى اقتحام مقر نقابة الصحفيين في غزة ومنع توزيع الصحف، إضافة إلى وقف بث الإذاعات والتلفزيون الفلسطيني من قطاع غزة، ووقف بث برامجه التلفزيونية، فقد أوقف القائمون على الإعلام في الحكومة المقالة بتاريخ 2007/8/1م بث برنامج خط أحمر الذي يقدمه الصحافي حسن الكاشف في تلفزيون فلسطين، والذي قدم حلقة سابقة تم بثها لصالح تلفزيون فلسطين من استوديوهات رامتان، وحسب المعلومات المتوافرة للهيئة المستقلة لحقوق المواطن من وكالة رامتان، فقد وصلت الرسالة للوكالة مذيلة بختم وزارة الإعلام تفيد: "نرجو العلم والعمل على تعليق برنامج خط أحمر الذي يعده الزميل حسن الكاشف من خلال شركتكم لتلفزيون فلسطين". وبررت الوزارة ذلك بأن البرنامج يعد لتلفزيون فلسطين الرسمي من قطاع

¹ عثمان، زياد، بني عودة، غازي، الإعلام الألعبية والخطاب الدموي في فلسطين، مرجع سابق، ص188.

² جبارين، سامي، الحريات الإعلامية في الأراضي الفلسطينية خلال العام 2007م، مرجع سابق، ص165-166.

غزة والذي ما زال مصيره مرتبطاً بالحالة السياسية القائمة، وخطوات ترتيب البيت الفلسطيني على أساس المفهوم الوطني العام ووفق نصوص قانون المطبوعات والنشر لعام 1995م، نأمل إجراءتكم السريعة وتفهمكم مع تأكيدنا على عملكم الخاص بحرية كاملة بما لا يمس قوامة الحكومة على المؤسسات الإعلامية الرسمية"، وفي الضفة الغربية تعرضت الحريات الإعلامية إلى أشكال مختلفة من الاعتداءات.¹

إن الاعتداء على المقرات الصحفية وسائر وسائل الإعلام يتنافى مع ما منحه القانون الأساسي في المادة 27 من مواد الإعلام الصادرة في القانون الأساسي، فلقد نصت الفقرة "2" من المادة 27 على "حرية وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة وحرية الطباعة والنشر والتوزيع والبعث، وحرية العاملين فيها، مكفولة وفقاً لهذا القانون الأساسي والقوانين ذات العلاقة". كما ونصت الفقرة "3" من المادة 27 على أنه "تحظر الرقابة على وسائل الإعلام، ولا يجوز إنذارها أو وقفها أو مصادرتها أو إلغاؤها أو فرض قيود عليها إلا وفقاً للقانون وبموجب حكم قضائي".²

منع التغطية الإعلامية ومنع طباعة وتوزيع الصحف

لقد نصت المادة 19 من مواد الإعلام الصادرة في القانون الأساسي على أنه "لا مساس بحرية الرأي، ولكل إنسان الحق في التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو غير ذلك من وسائل التعبير أو الفن مع مراعاة أحكام القانون". إلا أن ذلك لم يتحقق من خلال الممارسات التي تعرضت لها وسائل الإعلام.

ففي ظل الانقسام الجغرافي ما بين شطري الوطن، انقسمت السياسة الإعلامية في كل شق من الشقين تبعاً للمسيطرين عليه، بحيث أصبح الإعلام في كل من غزة والضفة الغربية يتبع الجهة المسيطرة

¹ جبارين، سامي، الحريات الإعلامية في الأراضي الفلسطينية خلال العام 2007م، مرجع سابق، ص 166 - 167.

² وزارة الإعلام الفلسطينية: الدليل الإعلامي الفلسطيني، السلطة الوطنية الفلسطينية، مرجع سابق.

على الأرض ويتبع سياسته الإعلامية وأي محاولة من أي جهة إعلامية تخرج عن هذا الإطار سوف تحاسب من هذه الجهة لعدم التزامها بالسياسة العامة.¹

فلقد منعت العديد من الصحف على مستوى الضفة الغربية وقطاع غزة من النشر والتوزيع بعد الانقسام السياسي والجغرافي، ومنعت العديد من وسائل الإعلام المختلفة من القيام بالتغطية الإعلامية في العديد من الأحداث، كأحداث عائلة حلس التي هاجمتها القوة التنفيذية التابعة للحكومة المقالة في أغسطس 2008م، وكذلك أحداث عائلة دغمش في سبتمبر 2008م.

ثالثاً: السياسة الإعلامية الفلسطينية في ظل الانقسام السياسي

كان الوضع السياسي المتأزم بعد الانقسام السياسي في منتصف عام 2007م، والذي جر بذيوله تأزماً على المستوى الإعلامي وتقزيماً لدوره مطلع العام 2008م، حيث شهد مزيداً من التوتر السياسي والتأزم الإعلامي، فلقد ساهمت السياسة الإعلامية التي بدأت في نهاية عام 2007م التي اتبعتها الأطراف كل على الأرض الجغرافية التي تسيطر عليها في تقويض الإعلام خلال عام 2008، وتعرضت وسائل الإعلام الفلسطيني خلاله إلى انتهاكات خطيرة، عكست عمق الانقسام السياسي وأبعاده الخطيرة على الحقوق والحريات الأساسية كافة، مما تؤثر - وبما لا يدع مجالاً للشك - إلى وجود سياسة ممنهجة يؤسس لها تجاوز حدود القوانين النافذة في أراضي السلطة الوطنية الفلسطينية، ويمكن إجمال أهم الممارسات والانتهاكات الواقعة على الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية فيما يلي:²

1. اعتقال الإعلاميين.

¹ جبارين، سامي، الحريات الإعلامية في الأراضي الفلسطينية خلال العام 2007م، مرجع سابق، ص 167 - 168.
² الهيئة المستقلة لحقوق الإنسان "ديوان المظالم": واقع الحريات الإعلامية في مناطق السلطة الوطنية الفلسطينية خلال العام 2008م، سلسلة تقارير خاصة 65، كانون الأول 2008م، ص 10.

2. محاولات الاغتيال والاعتداءات الجسدية والمضايقات والرقابة والتمييز.
3. اتهام وسائل الإعلام والإعلاميين بعدم الحيادية والمهنية الإعلامية في تغطية الأحداث.
4. منع الإعلاميين ووسائل الإعلام من تغطية الأحداث.
5. منع طباعة وتوزيع بعض الصحف اليومية والأسبوعية.
6. اقتحام المؤسسات والمراكز الإعلامية.
7. سحب تراخيص وإغلاق مؤسسات إعلامية.

إن المراقب العام للوضع الإعلامي يجد أن الإعلام الفلسطيني أصبح إعلاماً حزبياً أكثر من كونه فلسطينياً وطنياً، ولم يتأن للقائمين على الإعلام الفلسطيني أن يتراجعوا عن هذا الدور السلبي،¹ متناسين ومتجاهلين أن ما قام به الإعلام من تأجيج وتصعيد داخل الشارع الفلسطيني، ترك أثراً كبيراً في تمزيق النسيج المجتمعي الفلسطيني، من خلال تحويل مسار وظيفته وواجباته كإعلام وطني فلسطيني.

¹ الأغا، هاني، دور الإعلام الحزبي في الصراع الفلسطيني الفلسطيني، مرجع سابق.

<http://pulpit.alwatanvoice.com/content-83505.html>

الخلاصة

نخلص إلى القول أن الخطاب الإعلامي الذي تبنته الحركتين كان له أكبر الأثر في تأجيج مشاعر الناس، وتعميق الكره بين أبناء الشعب الواحد، فالتحريض الإعلامي الذي تبنته الحركتين لن يغفره لهما الشعب الفلسطيني في المستقبل، بعد أن وصلت النتيجة إلى القتل والحرق والتدمير والتخريب، حتى أن التحريض الإعلامي وصل إلى البيت الواحد، وإلى حد الطلاق بين الرجل وزوجته، والمشاكل بين الأخ وأخيه، وضرب النسيج الاجتماعي، كما وساهم الخطاب الإعلامي لدى الحركتين الذي ابتعد كل البعد عن الهم الوطني في زرع الحقد في عقل الجيل الصغير الصاعد والمراهقين من أبناء شعبنا، وأثر على صورة القضية الفلسطينية أمام العالم.

كل ما ذكر يجعل معالجة الأمر أكثر تعقيداً، حيث يحتاج الشعب الفلسطيني إلى وقت طويل للتخلص من آثار التحريض الإعلامي الذي استخدمته الحركتان قبل وبعد الانقسام السياسي في قطاع غزة، فلقد كان الخطاب الإعلامي خال من أي مضامين وطنية، وكرس حالة الانفصال بين شطري الوطن، وزاد من حالة التشرد والحقد والضعف والكره لدى أبناء الشعب الواحد، وأبناء العائلة الواحدة،¹ مما يعكس مدى سوء الوضع السياسي والقانوني الذي طال الإعلام الفلسطيني، والذي بدوره يخلص إلى انقساماً داخلياً ما بين مؤيد ومعارض، مما أدى إلى فقدان الإعلام الفلسطيني لمفهومه ولأيدلوجيته ولوظائفه ولمصداقيته ولحياديته على المستوى الداخلي ما بين أبناء الشعب الفلسطيني في الوطن والشتات ومناطق اللجوء، وعلى المستوى الخارجي الدولي.

¹ سلامة، عاطف، الإعلام الفلسطيني وخطاب الردح على الشائعات، الحوار المتمدن، العدد 2031، 2007/9/7م.

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=108316>

الفصل الخامس: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة

❖ المبحث الأول: مجتمع الدراسة والعينة

- مجتمع الدراسة.
- عينة الدراسة.
- محددات الدراسة.
- الاستبيان.
- المعالجات الإحصائية.

❖ المبحث الثاني: التحليل الإحصائي للعينة

- أولاً: التحليل الديموغرافي للعينة.
- ثانياً: التحليل الإحصائي للعينة.

❖ المبحث الثالث: نتائج التحليل وتفسيرها

- أولاً: نتائج التحليل.
- ثانياً: تفسير النتائج.

المبحث الأول: مجتمع الدراسة والعينة

لعب الإعلام الفلسطيني دوراً بارزاً خلال الصراع الفلسطيني الداخلي، الذي نجم عنه انقسام سياسي وجغرافي طال كل مؤسسات المجتمع، وحتى البنية المجتمعية للمجتمع الفلسطيني، حيث كانت وسائل الإعلام من أهم الأدوات التي استخدمتها الأطراف خلال فترة الصراع، وبقيت هذه الوسائل تستخدم في توجيه أصابع الاتهام وكيل الاتهامات بعد فترة الانقسام السياسي.

ولما كان لهذه الوسائل من أثر بالغ وكبير في التأثير على المجتمع الفلسطيني، ولما لها من دور كبير في تماسكه وتوحده وتشتته وتقسيمه، فإن أهمية وخصوصية هذه الدراسة تكمن في كونها تحاول أن توضح حقيقة الأثر الذي تركته وسائل الإعلام خلال فترة المناكفات السياسية، وما بعدها الانقسام السياسي على الجمهور، وما مدى اقتناع وثقة الجمهور الفلسطيني بوسائل الإعلام الفلسطينية المختلفة، ومدى مصداقيتها وحياديته لديه، ورأيه في دورها في تناولها لحالة الانقسام السياسي، من خلال الاستعانة بأداة الاستبيان، كأحد أدوات مناهج البحث العلمي المستخدمة، لمعرفة دورها ميدانياً من خلال رؤية طلبة الجامعات في قطاع غزة.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة أربع جامعات فلسطينية وهي (الأزهر بغزة والإسلامية والأقصى والقدس المفتوحة).

ووفقاً للإحصاءات التي حصلت عليها الباحثة من الجامعات المذكورة أعلاه من خلال زيارتها، وجدت أن مجموع عدد الطلبة في الجامعات قيد الدراسة 69129 طالب وطالبة، منهم 29851 من الذكور، و39278 من الإناث، وبلغت أعداد الطلبة في الجامعات (الأزهر، والإسلامية، والأقصى، والقدس المفتوحة) على التوالي (19243، 18374، 15916، 15596).

عينة الدراسة

نظراً لكبر حجم عدد الطلبة بالجامعات الفلسطينية موضوع الدراسة، فلن تتمكن الباحثة ضمن ظروفها الموضوعية وقلة الإمكانيات والموارد من استطلاع كل مجتمع الدراسة المتمثل في طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، وعليه لجأت الباحثة إلى اختيار عينة عشوائية من طلبة الجامعات وفق أعداد ونسب الطلبة في كل جامعة.

استخدمت الباحثة في الدراسة أسلوب العينة العشوائية، حيث تم اختيار الطلبة بشكل عشوائي في كل مجتمع من مجتمعات الدراسة الأربعة " جامعة الأزهر وجامعة الأقصى والجامعة الإسلامية وجامعة القدس المفتوحة"، وتم تحديد العدد حسب عدد طلبة كل جامعة من الجامعات الأربع، وحسب نسبة الذكور والإناث داخل كل جامعة، وقد تم أخذ عينة بنسبة 1% من مجتمع الدراسة الكلي والبالغ عدده 69129، حيث بلغت نسبة العينة 691 طالباً منهم 299 طالب بنسبة 43%، و392 طالبة بنسبة 57%، توزعت حسب نسبة كل جامعة من المجتمع الكلي وحسب نسبة الذكور والإناث داخل كل جامعة. وقد تم توزيع العينة على الجامعات على النحو التالي:

1. جامعة الأزهر بلغت نسبة عدد طلابها من العدد الكلي 28% وبالتالي فإن عدد الطلبة الذين سيخضعون للاستبيان 193 منهم 100 طالب و93 طالبة، وذلك وفقاً لعدد الطلبة من الذكور والإناث داخل الجامعة.

2. جامعة الأقصى بلغت نسبة عدد طلابها من العدد الكلي 23% وبالتالي فإن عدد الطلبة الذين سيخضعون للاستبيان 159 منهم 51 طالب و108 طالبة وفقاً لعدد الطلبة من الذكور والإناث داخل الجامعة.

3. جامعة القدس المفتوحة نسبة عدد طلابها من العدد الكلي 23% وبالتالي فإن عدد الطلبة الذين

سيخضعون للاستبيان 159 منهم 81 طالب و 78 طالبة وفقاً لعدد الطلبة من الذكور والإناث

داخل الجامعة.

4. الجامعة الإسلامية بلغت نسبة عدد طلابها من العدد الكلي 26% وبالتالي فإن عدد الطلبة الذين

سيخضعون للاستبيان 180 منهم 67 طالب و 113 طالبة وفقاً لعدد الطلبة من الذكور والإناث

داخل الجامعة.

والجدول رقم "1" يوضح أعداد الطلبة حسب مصادر الجامعات، وتوزيع العينة على كل جامعة،

ونسبة الذكور والإناث داخل كل جامعة:

إحصائية عدد الطلبة في الجامعات الفلسطينية (جدول رقم 1)

الرقم	الجامعة	الفئة	العدد	النسبة	العينة
1	جامعة الأزهر	طلاب	10068	%52	100
		طالبات	9175	%48	93
2	المجموع الكلي لطلبة جامعة الأزهر		19243	%28	193
3	جامعة الأقصى	طلاب	4983	%32	51
		طالبات	10933	%68	108
4	المجموع الكلي لطلبة جامعة الأقصى		15916	%23	159
5	جامعة القدس المفتوحة	طلاب	8016	%51	81
		طالبات	7580	%49	78
6	المجموع الكلي لطلبة جامعة القدس المفتوحة		15596	%23	159
7	الجامعة الإسلامية	طلاب	6784	%37	67
		طالبات	11590	%63	113
8	المجموع الكلي لطلبة الجامعة الإسلامية		18374	%26	180
9	المجموع الكلي لطلاب وطالبات الجامعات (الأزهر والأقصى والقدس المفتوحة والإسلامية)	طلاب	29851	%43	299
		طالبات	39278	%57	392
10	كلي		69129	100	691

محددات الدراسة

إن كبر حجم مجتمع الدراسة فرض على الباحثة أن تستخدم العينة العشوائية من طلبة الجامعات

الفلسطينية في قطاع غزة، وحاولت الباحثة توخي الموضوعية في التحليل واستخلاص النتائج.

الاستبيان

صممت الباحثة أسئلة الاستبانة التي تتكون من جزأين:

❖ الجزء الأول: ويشتمل على البيانات الأولية.

❖ الجزء الثاني: ويشتمل على ثلاثة محاور ركزت على مصداقية وحيادية وأداء الإعلام الفلسطيني،

وهي:

1. المحور الأول: مدى اقتناع وثقة المواطن بوسائل الإعلام الفلسطيني.

2. المحور الثاني: مدى حيادية وسائل الإعلام ومصداقيتها.

3. المحور الثالث: تناول وسائل الإعلام الفلسطيني لحالة الانقسام السياسي.

وبعد أن تأكدت الباحثة من دقة الفقرات، ومدى ملائمة قياسها للعناصر المراد قياسها، وأنها تركز على مجال محدود، وأن فقراتها معروضة بصورة منطقية. وبعد أن تم التأكد من صدق الأداة من خلال عرضها وتحكيمها من ستة أكاديميين متخصصين من ذوي الخبرة وذلك لبيان ملاحظاتهم وآرائهم على الاستبانة وبيان مدى شمولية الأداة، وصحة الفقرات، ودقة ألفاظها، وتحقيقها لأهداف الدراسة، وقام المحكمون باقتراح ما رأوه مناسباً من تعديل حتى تحقق الاستبانة أهدافها من إزالة أسئلة وإضافة أخرى.

وبعد التأكد من صلاحية أداة الدراسة تم إعادة النظر في الاستبانة ووضعها في صيغتها النهائية على ضوء اقتراحات المحكمين خصوصاً بعد تصحيح بعض فقراتها وجعلها أكثر تركيزاً ووضوحاً. ومن ثم قامت الباحثة بتطبيق الأداة بصورتها النهائية على عينة من (691) طالب وطالبة من طلبة الجامعات الخاضعة للدراسة، حيث كان عدد الاستبيانات المرجعة 632 استبيان بينما لم يتم إرجاع 59 استبيان من قبل الطلبة المبحوثين على مستوى الجامعات الأربعة.

وقد تم إجراء اختبار " ألف كرونباخ " Alpha Cronbach's وهو اختبار يجرى لقياس الأداة "الاستبانة" ومدى ترابط فقراتها وتكون النسبة مقبولة للاختبار كلما كان معدل القبول 60% فما فوق، وبعد إجراء الاختبار بلغت (ألفا) (72,18%).

المعالجات الإحصائية

قامت الباحثة بتفريغ بيانات الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي statistical package (spss) for the social sciences، والتي اشتملت على بيانات أسمية Nominal، فقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

1. النسب المئوية والتكرارات **Frequencies**: يستخدم هذا الأمر أساساً لأغراض معرفة تكرار فئات

متغير ما وتفيد الباحثة في وصف مجتمع الدراسة المبحوثة.

2. الرسوم البيانية **Graphs**: استخدام البيانات والرسومات البيانية الموضحة لنتائج الدراسة أثناء التحليل.

3. جدول التوافق **Cross Tabs**: يتم استخدام جدول التوافق لعمل الجداول التكرارية المزدوجة.

4. اختبار مربع كاي **Chi-Square Tests**: يستخدم لاختبار استقلال صفتين أو متغيرين، والدلالة

الإحصائية لاختبار مربع كاي 0,05 أو أقل، أي أنه إذا كانت قيمة sig للاختبار أقل من 0,05 أو

تساويها فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وهناك تأثير لمتغير على آخر.

5. اختبار معامل التوافق **Contingency Coefficient**: ويستخدم لقياس مدى التوافق بين

العاملين في حال عدم استقلالهما، والدلالة الإحصائية لاختبار معامل التوافق 0,05 أو أقل، أي أنه

إذا كانت قيمة sig للاختبار أقل من 0,05 أو تساويها فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وهناك

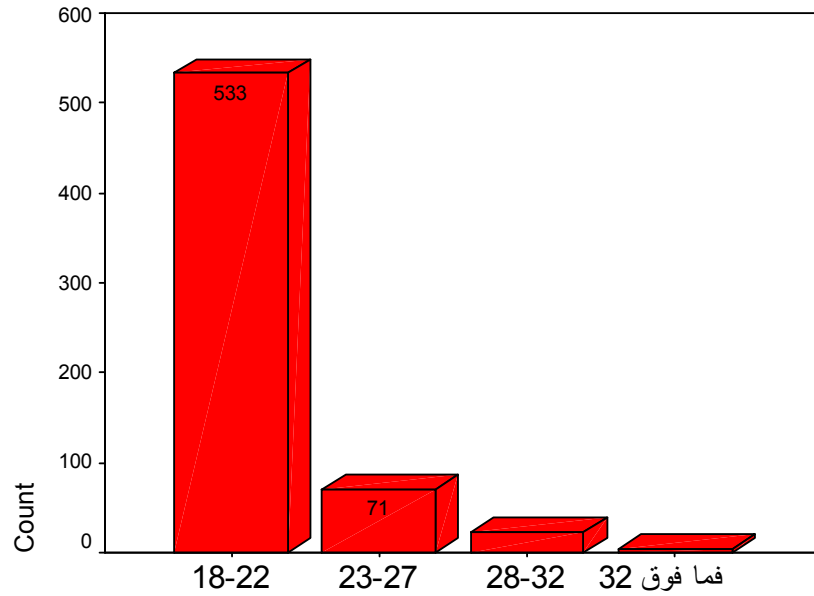
تأثير لمتغير على آخر

المبحث الثاني: التحليل الإحصائي للعينة

أولاً: الجزء الأول: التحليل الديموغرافي للعينة.

(جدول رقم 1)	1. الفئة العمرية	النسبة
	18 - 22	84,3
	23-27	11,2
	28-32	3,6
	32 فما فوق	0,8
	المجموع	100
(جدول رقم 2)	2. الحالة الاجتماعية	النسبة
	أعزب	87,5
	متزوج	11,4
	أرمل	0,5
	مطلق	1,1
	المجموع	100
(جدول رقم 3)	3. الجنس	النسبة
	ذكر	43
	أنثى	57
	المجموع	100
(جدول رقم 4)	4. مجال الدراسة	النسبة
	دبلوم متوسط	1,7
	بكالوريوس	96,2
	دراسات عليا	2,1
	المجموع	100
(جدول رقم 5)	5. الجامعة	النسبة
	الأزهر	27,6
	الإسلامية	25,8
	الأقصى	23,4
	القدس	23,2
	المجموع	100

يوضح الجدول رقم "1" أن الفئة العمرية ما بين (18 إلى 22 سنة) بلغت نسبتهم 84,3% من المجموع الكلي، بينما بلغت نسبة الفئة العمرية ما بين (23 إلى 27) 11,2%، ومن تراوحت أعمارهم ما بين (28 إلى 32) بلغت نسبتهم 3,6%، وكانت أقل نسبة أعمار للأشخاص الذي خضعوا للدراسة بلغت 0,8% حيث كانت أعمارهم أكبر من 32 عاماً، والشكل البياني رقم "1" يوضح ذلك:



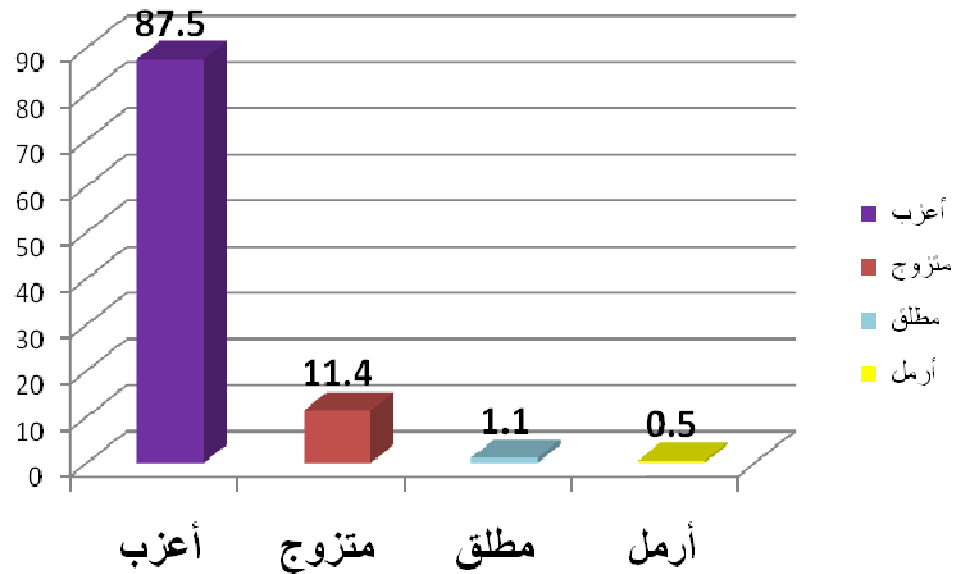
العمر

رسم بياني (1) يوضح توزيع العينة حسب الفئة العمرية

كما وتنوعت الحالة الاجتماعية للعينة حسب الجدول رقم (2) فكانت النسبة العظمى من أفراد العينة

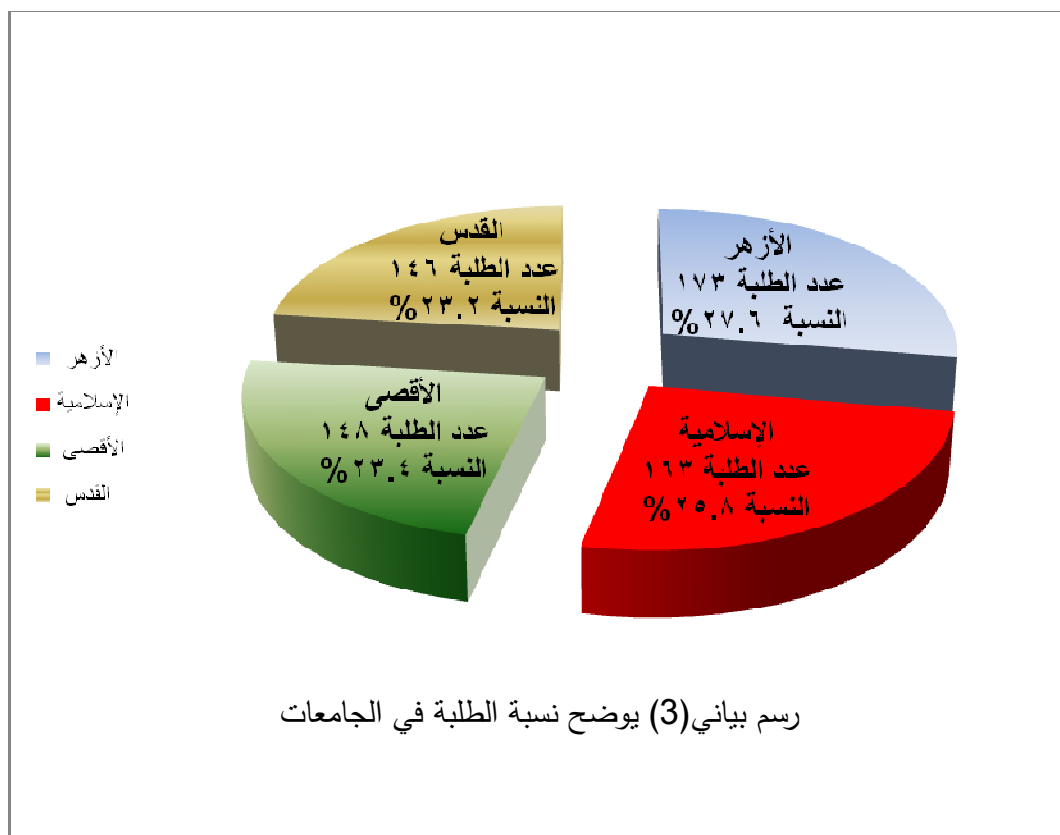
550 أعزب وهم بنسبة 87,5%، وتلاها المتزوجون وعددهم 72 بنسبة 11%، ومن ثم المطلقون وعددهم 7

بنسبة 1,1% وأخيراً الأرملة بنسبة 0,5%، والرسم البياني رقم (2) يوضح ذلك:



رسم بياني (2) يوضح توزيع الحالة الاجتماعية للعينة

ويشير الجدول رقم (3) إلى توزيع العينة ما بين الذكور والإناث، فقد كانت أعداد الطلبة من الذكور 272 طالب بنسبة 43%، وأعداد الطلبة من الإناث 360 بنسبة 57%، أما مجالات الدراسة لعينة الطلبة حسب الجدول رقم (4) فقد تنوعت حيث شكل طلبة البكالوريوس النسبة العظمى بنسبة 96,2% و 2,1% كانوا من الدراسات العليا و 1,7% من طلبة الدبلوم المتوسط. كما وتوزعت العينة ما بين مجتمعات الدراسة الأزهر والإسلامية والأقصى والقدس المفتوحة، ووفقاً للإحصاءات التي حصلت عليها الباحثة كانت النسبة العظمى كما يوضحها الجدول رقم (5) لجامعة الأزهر 175 طالب بنسبة 27,6%، وتليها على التوالي الإسلامية 163 طالب بنسبة 25,8% والأقصى 148 طالب بنسبة 23,4% ومن ثم القدس المفتوحة 146 طالب بنسبة 23,2%، والرسم البياني رقم (3) يوضح ذلك:



ثانياً: التحليل الإحصائي للعينة.

المحور الأول: مدى الاقتناع بوسائل الإعلام الفلسطيني

المجموع	1. ما هو رأيك في أداء الإعلام الفلسطيني؟				(جدول رقم 1-1)	
	لا رأي	سيء	متوسط	جيد	الجنس	ذكر
272	4	109	115	44	أنثى	
360	8	81	196	75	ذكر	
632	12	190	311	119	المجموع	

تدل نتائج التحليل للعينة في الجدول (1/1) أن نسبة من رأوا من الذكور أن أداء الإعلام الفلسطيني جيد 16%، بينما رأى ما نسبته 42,2% أن أدائه متوسط، واعتبر ما نسبته 40% من أفراد العينة من الذكور بنسبة أن أداء الإعلام الفلسطيني سيء، أما الإناث فكانت نسبة من اعتبرن الأداء جيد 20,8%، ومتوسط 54,4%، وسيء 22,5%، وبالتالي فإن نسبة من رأوا من الطلبة ذكراً وإناثاً أن أداء الإعلام الفلسطيني جيد 18,8%، ومتوسط 49,2%، وسيء 30%، وطبقاً للنتائج التي حصلت عليها الباحثة بعد التحليل فإن أداء الإعلام الفلسطيني تراوح ما بين ضعيف إلى متوسط، ووفقاً لمعيار كاي المستخدم لمعرفة وجود علاقة بين المتغيرين ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيجما تساوي 0,000% وهذا يشير إلى أنه توجد فروق بين متوسطات الآراء كانت ذات دلالة إحصائية أقل من 0,05% أي أنه توجد علاقة بين متغير الجنس ورأي الطلبة في أداء الإعلام الفلسطيني.

وقد يرجع السبب في ذلك أن اهتمام الذكور بالأمور السياسية والإعلام السياسي أكبر من اهتمام الإناث، وتأثر الذكور بالسياسة أكبر من تأثر الإناث.

المجموع	2. أي إعلام تتابع باستمرار؟				(جدول رقم 2-1)	
	لا أتابع	الأجنبي	العربي	الفلسطيني	الجنس	ذكر
272	31	44	112	85	أنثى	
360	57	23	168	112	ذكر	
632	88	67	280	197	المجموع	

دلت النتائج في الجدول رقم (1/2) أن الغالبية العظمى يتابعون باستمرار الإعلام العربي أكثر من أي إعلام آخر، حيث كانت نسبة الذكور 41,1% ونسبة الإناث 46,6%، بينما كان الإعلام الفلسطيني هو ثاني إعلام يتابع باستمرار وكانت نسبة من يتابعوه من الذكور 31,25% ونسبة الإناث 31,1%، أما الإعلام الأجنبي فكانت نسبة من يتابعوه من الذكور 16,17% ونسبة الإناث 18,61%، وبالتالي فإن الإعلام العربي يأتي في المرتبة الأولى والنسبة الكلية لمتابعيه باستمرار 44,3%، وفي المرتبة الثانية الإعلام الفلسطيني ونسبة من يتابعوه 31,1%، وفي المرتبة الثالثة الإعلام الأجنبي ونسبة من يتابعوه 10,6%، ومن لا يتابعون أي إعلام من كلا الجنسين كانت نسبتهم 13,92%، ووفقاً لمعيار كاي المستخدم لمعرفة وجود علاقة بين المتغيرين ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيجما هي 0,001 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05، وقيمهما المعطاة تؤكد على وجود علاقة بين متغير الجنس وأي إعلام يتابع الطلبة باستمرار.

المجموع	3. أي إعلام تتابع تثق به؟				(جدول رقم 3-1)	
	لا أثق	الأجنبي	العربي	الفلسطيني	الجنس	ذكر
272	108	71	35	58	أنثى	
360	152	28	97	83	المجموع	
632	260	99	132	141		

بينت النتائج في الجدول رقم (1/3) أن هناك فرق ذو دلالة إحصائية ما بين الذكور والإناث في الثقة بالإعلام، فقد تبين أن الغالبية العظمى من الذكور يتقنون بالإعلام الأجنبي وهم بنسبة 26,1%، و21,3% من يتقنون بالإعلام الفلسطيني، و12,68% يتقنون بالإعلام العربي، بينما الغالبية العظمى من الإناث يتقنون بالإعلام العربي وكانت نسبتهم 26,94%، و23% من يتقنون بالإعلام الفلسطيني وما نسبته 7,7% تثق بالإعلام الأجنبي، وقد تبين أن غالبية الجنسين الذكور بنسبة 39,7% والإناث بنسبة 42,2% لا يتقنون بالإعلام كافة.

وبالتالي فإن المحصلة النهائية للذكور والإناث معاً تفيد أن النسبة العظمى لأفراد العينة يتقنون بالإعلام الفلسطيني وكانت نسبتهم 22,3%، ويأتي الإعلام العربي في المرتبة الثانية من حيث الثقة حيث كانت نسبة من يتقنون به 20,88%، أما الإعلام الأجنبي ويأتي في المرتبة الأخيرة وكانت نسبة من يتقنون به 15,66%، ونسبة من لا يتقنون بكل الإعلام على اختلاف مشاريعه 41,1%، ووفقاً لمعيار كاي المستخدم لمعرفة وجود علاقة بين المتغيرين ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيجما 0,000 وهي أقل من 0,05 مستوى الدلالة وقيمهما المعطاة تؤكد على وجود علاقة بين متغير الجنس ورأي الطلبة في الإعلام الذي يتابعونه ويتقنون به.

إن عدم مصداقية وسائل الإعلام بشكل عام وانحيازها لطرف دون الآخر، أفقد الثقة بوسائل الإعلام كافة، خصوصاً في ظل انحياز بعض القنوات العربية الفضائية، وبعد الدور الذي لعبته وسائل الإعلام الفلسطينية خلال فترة الصراع الفلسطيني والانقسام، مما جعل النسبة الأكبر من أفراد العينة تفقد الثقة بوسائل الإعلام كافة والتي بلغت نسبتهم 41%.

4. إذا كنت تتابع وسائل الإعلام الفلسطيني ما هي أكثر الوسائل تأثيراً من وجهة نظرك، رتب حسب درجة التأثير؟

النسبة	(جدول رقم 4-1)
26,9	التلفزيون
19,3	الإذاعة
3,6	جراند وصحف
15,5	مواقع إلكترونية
22,5	تلفزيون ثم إذاعة ثم انترنت ثم جراند
12	انترنت ثم إذاعة ثم تلفزيون ثم جراند
0.2	تلفزيون ثم انترنت ثم إذاعة ثم جراند
100	المجموع

دلت النتائج كما موضحة في الجدول رقم (1/4) على أن النسبة العظمى 26,9% من أفراد العينة يرون أن التلفزيون له أكبر تأثير على ثقافة الفرد، بينما ما نسبته 22,5% يرون أن ترتيب وسائل الإعلام يبدأ بالتلفزيون ثم الإذاعة ثم الإنترنت ثم الجرائد، في حين أن 19,3% يرون أن الإذاعة لوحدها

هي من لها أكبر تأثير، و15,5% يرون أن المواقع الإلكترونية الإخبارية هي من لها أكبر تأثير لوحدها، و12% يرون أن ترتيب تأثير وسائل الإعلام يبدأ بالإنترنت ثم الإذاعة ثم التلفزيون ثم الجرائد، و3,6% يرون أن الجرائد لوحدها هي من لها التأثير الأكبر، و0,2% يرون أن التأثير الأكبر يبدأ بالتلفزيون ثم الإنترنت ثم الإذاعة ثم الجرائد. وبالتالي فإن التلفزيون يأتي في المرتبة الأولى من حيث التأثير تليه الإذاعة ثم المواقع الإلكترونية الإخبارية ثم الصحف.

5. ما رأيك في مستوى التغطية الإعلامية الفلسطينية للقضايا السياسية؟

(جدول رقم 5-1)	النسبة
قوي	17,4
متوسط	49,5
ضعيف	31,3
لا رأي	1,7
المجموع	100

6. ما هو تقييمك لتوعية الإعلام الفلسطيني بالقضية الفلسطينية؟

(جدول رقم 6-1)	النسبة
قوي	14,7
متوسط	44,9
ضعيف	37
لا رأي	3,3
المجموع	100

7. ما مدى رضاك عن وسائل الإعلام الفلسطيني؟

(جدول رقم 7-1)	النسبة
راضي إلى حد كبير	4,3
راضي إلى حد ما	46,5
غير راضي	46,8
لا رأي	2,4
المجموع	100

8. تعاني وسائل الإعلام الفلسطيني من ضعف تقني؟

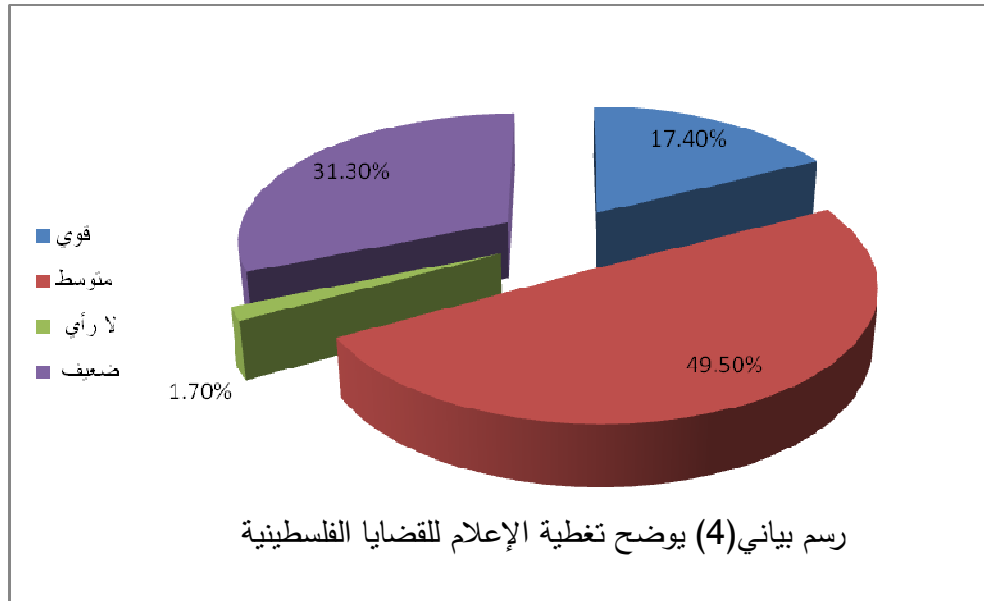
(جدول رقم 8-1)	النسبة
أوافق	52,2
نوعاً ما	43,8
لا أوافق	1,9
لا رأي	2,1
المجموع	100

9. تعاني وسائل الإعلام الفلسطيني من ضعف بشري؟

النسبة	(جدول رقم 9-1)
31,4	أوافق
47	نوعاً ما
15,7	لا أوافق
5,9	لا رأي
100	المجموع

دلت نتائج تحليل الأسئلة في الجداول السابقة (1/5 - 1/9) أن 49,4% يرون بأن مستوى التغطية الإعلامية الفلسطينية للقضايا السياسية متوسطة، و 31,6% يرون أنها ضعيفة، و 17,4% يرون أنها قوية، أما بالنسبة لتوعية الإعلام الفلسطيني بالقضية الفلسطينية فقد رأى 44,9% من الأفراد بأنها متوسطة و 37% بأنها ضعيفة و 14,7% بأنها قوية، وبالتالي فإن مستوى التغطية الإعلامية للقضايا الفلسطينية والتوعية بالقضية الفلسطينية يتراوح ما بين ضعيف إلى متوسط، والرسم البياني (4) يوضح

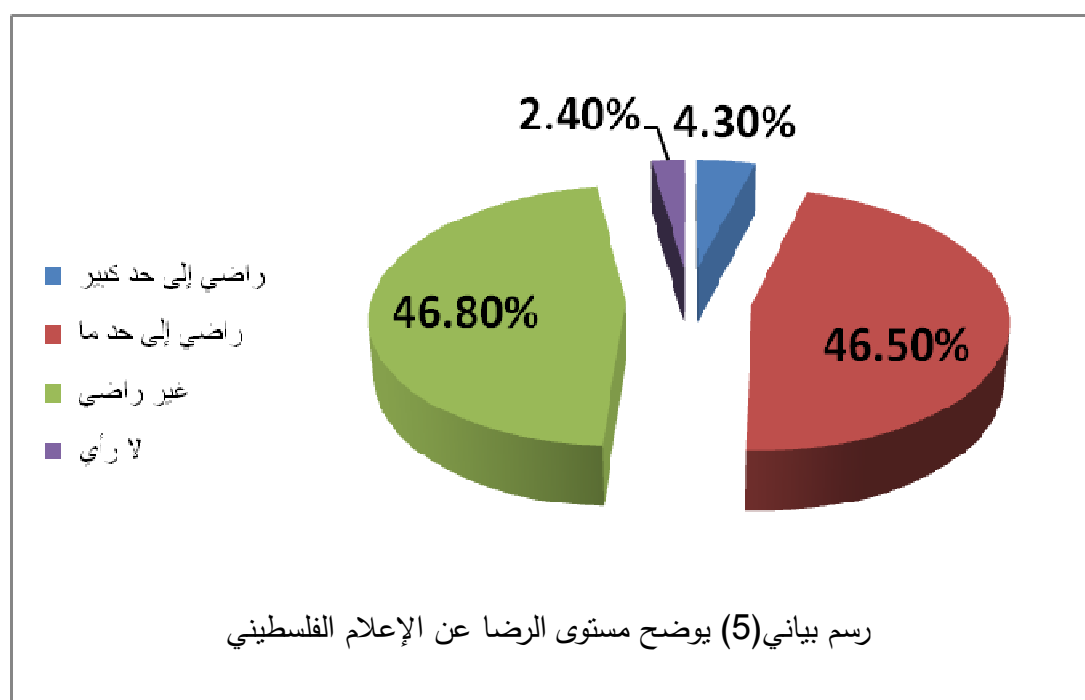
ذلك:



كما بينت نتائج التحليل للأسئلة في الجداول السابقة أن النسبة العظمى من أفراد العينة غير راضين عن وسائل الإعلام الفلسطينية وهم بنسبة 46,8% في حين أن 46,5% راضين إلى حد ما و 4,6%

راضين بشكل كبير، وعدم رضا النسبة الأكبر من الطلبة عن وسائل الإعلام الفلسطيني يرجع إلى الدور الذي لعبته هذه الوسائل خلال فترة الصراع الفلسطيني الداخلي وفترة الانقسام.

ويرى الأفراد بنسبة 52,2% بأن الإعلام الفلسطيني يعاني من ضعف تقني في حين أن 43,8% يرون بأنه يعاني نوعاً ما من ضعف تقني، و1,9% لا يوافقون على أنه يعاني من أي ضعف تقني، وأيضاً تبين النتائج بأن 47% يرون بأن الإعلام الفلسطيني يعاني نوعاً ما من ضعف بشري في حين 31,4% يوافقون على أنه يعاني من ضعف بشري، بينما 15,7% لا يوافقون على أنه يعاني من ضعف بشري، وبالتالي فإن النسبة العظمى غير راضين عن وسائل الإعلام الفلسطينية ويرون بأنها تعاني من ضعف تقني وبشري ويرجع ذلك إلى عدم وجود مسؤولية كاملة لدى هذه الوسائل عن ما تنشره من رسائل والتي كان لها الأثر السلبي على المجتمع وعلى الأطراف الفلسطينية خلال فترة الصراع، أي أنه لو كانت هذه الوسائل لا تعاني من ضعف بشري لكانت تعلم مدى الأثر الذي تتركه هذه الوسائل على المجتمع، ووضعت سياسة إعلامية محايدة وواضحة وصادقة، والرسم البياني رقم (5) يوضح مستوى الرضا عن الإعلام الفلسطيني:



10. هل ترى أن الإعلام الفلسطيني يعزز لغة التسامح بين المواطنين؟

(جدول رقم 10-1)	النسبة
نعم	15,7
لا	80,9
لا رأي	3,5
المجموع	100

11. ينمي الإعلام الفلسطيني إيمانك بالقضية الوطنية؟

(جدول رقم 11-1)	النسبة
نعم	45,7
لا	50,3
لا رأي	4
المجموع	100

كشفت نتائج التحليل في الجدولين رقم (1/10-1/11) أن ما نسبته 80,9% من أفراد العينة يرون أن الإعلام الفلسطيني لا يعزز لغة التسامح بين المواطنين، بينما ما نسبته 15,7% يرون بأن الإعلام الفلسطيني يعزز لغة التسامح، كما ويرى ما نسبته 50,3% بأن الإعلام الفلسطيني لا ينمي الإيمان بالقضية الوطنية في حين يرى 45,7% أن الإعلام الفلسطيني ينمي الإيمان بالقضية الفلسطينية.

المجموع	12.يرسخ الإعلام الفلسطيني قيم الولاء والانتماء للوطن؟			(جدول رقم 12-1)	
	لا أهتم	لا	نعم		
245	7	131	107	فتح	ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟
176	1	67	108	حماس	
13	0	5	8	الجهاد	
22	2	15	5	الشعبية	
6	0	4	2	الديمقراطية	
128	3	80	45	مستقل	
42	2	26	14	غير ذلك	
632	15	326	291	المجموع	

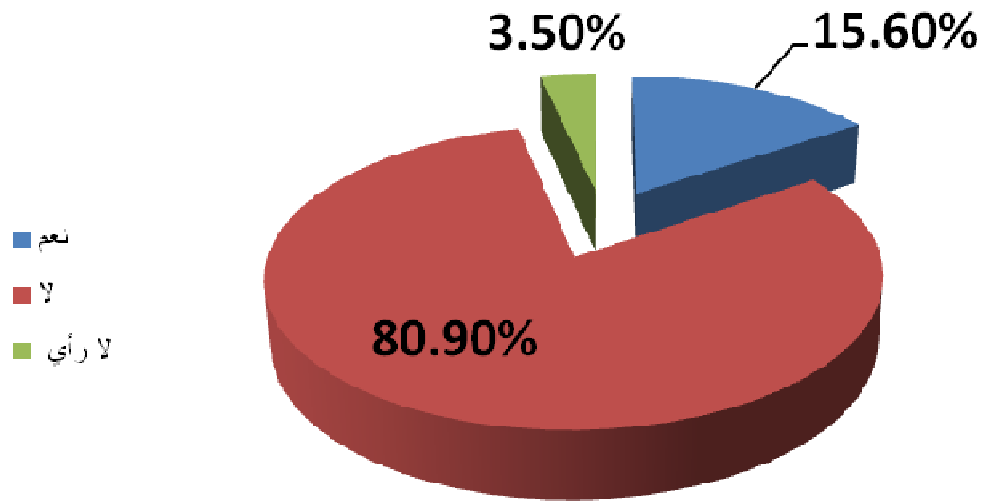
في السؤال الموضع في الجدول رقم (1/12) الذي وجه إلى أفراد العينة المنتمين إلى الفصائل الفلسطينية فقد اتضح أن ما نسبته 53,4% من المنتمين لحركة فتح يرون أن الإعلام الفلسطيني لا يرسخ قيم الولاء والانتماء للوطن بينما رأى 61,3% من المنتمين لحركة حماس بأنه يرسخ قيم الولاء والانتماء، بينما المنتمين لحركة الجهاد يرون بنسبة 61,5% بأنه يرسخ، في حين رأى ما نسبته 68,18% من

المنتمين للجبهة الشعبية بأنه لا يرسخ قيم الولاء والانتماء، في حين يرى ما نسبته 66,67% من المنتمين للجبهة الديمقراطية بأنه لا يرسخ، و62,5% من المستقلين يرون بأنه لا يرسخ، و61,9% من المنتمين للتنظيمات أخرى يرون بأنه لا يرسخ، وبالتالي فإن 51,58% من أفراد العينة يرون بأن الإعلام الفلسطيني لا يرسخ الانتماء والولاء للوطن بينما 46% يرون بأنه يرسخ، ووفقاً لقيم معيار كاي ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيجما 0,000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05 مما يعكس وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين ترسيخ الإعلام الفلسطيني لقيم الولاء والانتماء للوطن.

13. يعزز الإعلام الفلسطيني احترام التعددية السياسية؟

(جدول رقم 13-1)	النسبة
نعم	15,6
لا	80,9
لا رأي	3,5
المجموع	100

تبين نتائج السؤال في الجدول رقم (13/1) أن 80,9% من أفراد العينة يرون بأن الإعلام الفلسطيني لا يعزز احترام التعددية السياسية، في حين 15,6% يرون بأن الإعلام الفلسطيني يعزز التعددية السياسية، وبالنظر إلى النسبة الأكبر لرأي الطلبة والتي ترى أن الإعلام الفلسطيني لا يعزز احترام التعددية السياسية يتبين لنا أن أداء وسائل الإعلام الفلسطينية كانت منحازة لأطراف الصراع وغير حيادية، وأن رسائلها الإعلامية كانت رسائل مشوهة تجاه الآخر، مما جعل الحكم العام على وسائل الإعلام الفلسطينية بأنها لا تعزز احترام التعددية السياسية وبالتالي فإن النتائج تبين بأن الإعلام الفلسطيني لا يعزز احترام التعددية السياسية، والرسم البياني رقم (6) يوضح ذلك:



رسم بياني(6) يوضح مدى تعزيز الإعلام الفلسطيني لاحترام التعددية السياسية

المحور الثاني: حيادية وسائل الإعلام ومصادقيتها

المجموع	1. وسائل الإعلام الفلسطيني ترسخ لديك الانتماء للحزب ؟			(جدول رقم 1-2)	
	نعم	لا	لا أهتم	ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟	
245	158	64	23	فتح	
176	122	37	17	حماس	
13	8	5	0	الجهاد	
22	13	5	4	الشعبية	
6	2	3	1	الديمقراطية	
128	58	55	15	مستقل	
42	25	11	6	غير ذلك	
632	386	180	66	المجموع	

دلت نتائج التحليل في سؤال أفراد العينة المنتمين إلى الفصائل في الجدول رقم (2/1) من المحور الثاني الذي يتناول حيادية وسائل الإعلام ومصادقيتها أن ما نسبته 64,48% من المنتمين لحركة فتح يرون أن وسائل الإعلام الفلسطيني ترسخ لديهم الانتماء للحزب، ورأى 69,31% من المنتمين لحركة حماس بأنها ترسخ الانتماء للحزب، والمنتمين لحركة الجهاد يرون بنسبة 61,5% بأنها ترسخ الانتماء للحزب، و59% من المنتمين لجبهة الشعبية يرون بأنها ترسخ الانتماء للحزب، في حين يرى ما نسبته 50% من المنتمين للجبهة الديمقراطية بأنها لا ترسخ الانتماء للحزب، و45,31% من المستقلين و59,5% من المنتمين لتنظيمات أخرى يرون بأنها ترسخ الانتماء للحزب، وبالتالي فإن 61% يرون بأن وسائل الإعلام ترسخ الانتماء للحزب بينما 28,4% يرون بأنها لا ترسخ، ووفقاً لقيم معيار كاي ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيجما 0,006 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05 مما يعكس وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين ترسيخ وسائل الإعلام الفلسطيني الانتماء للحزب.

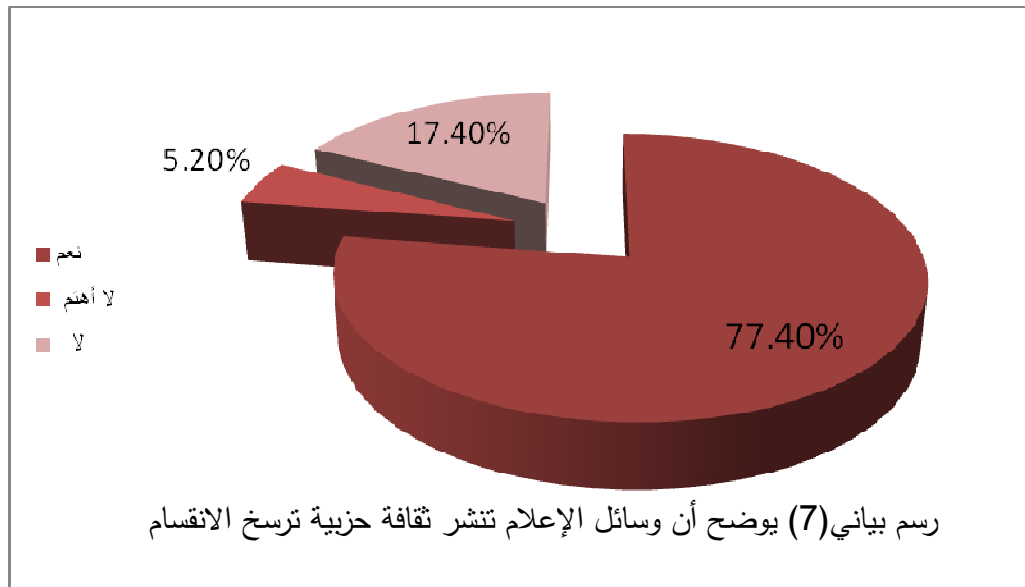
2. وسائل الإعلام الفلسطيني تحتك على عدم التفرقة في المعاملة وإعطاء فرص متساوية؟

(جدول رقم 2-2)	النسبة
نعم	19,5
لا	73,9
لا أهتم	6,6
المجموع	100

3. هل ترى أن الثقافة الإعلامية التي تنشرها وسائل الإعلام الفلسطيني ترسخ الانقسام وتزيده على اعتبار أنها تنشر ثقافة حزبية لا وطنية؟

(جدول رقم 2-3)	النسبة
نعم	77,4
لا	17,4
لا أهتم	5,2
المجموع	100

تبين النتائج في الجدولين السابقين (2/2 - 2/3) أن 73,9% يرون بأن وسائل الإعلام الفلسطيني تحت على التفرقة في المعاملة وعلى عدم إعطاء فرص متساوية، بينما 19,5% يرون بأنها لا تحت على ذلك، كما وتدل النتائج أن 77,4% يرون أن الثقافة الإعلامية التي تنشرها وسائل الإعلام الفلسطيني ترسخ الانقسام وتزيده على اعتبار أنها تنشر ثقافة حزبية لا وطنية في حين 17,4% يرون عكس ذلك، وبالنظر إلى الجدول (2-2 ، 3-2) نجد ان النسبة العظمى ترى أن وسائل الإعلام الفلسطينية تحت على التفرقة في المعاملة وعلى عدم إعطاء فرص متساوية حيث بلغت نسبة من يرون ذلك 73.9%، وكذلك رأت النسبة العظمى أن الثقافة التي تنشرها وسائل الإعلام الفلسطينية ترسخ الانقسام وتزيده، مما يؤكد على الدور السلبي الذي لعبته وسائل الإعلام خلال فترة الصراع وبعدها فترة الانقسام. والرسم البياني رقم (7) يوضح ذلك:



المجموع	4. أثق بثقافة وسائل الإعلام التابعة للتيار السياسي الذي أنتمي إليه وأتابعها؟			(جدول رقم 4-2)	
	لا أهتم	لا	نعم		
245	40	92	113	فتح	ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟
176	17	44	115	حماس	
13	2	9	2	الجهاد	
22	4	9	9	الشعبية	
6	0	0	6	الديمقراطية	
128	41	58	29	مستقل	
42	10	23	9	غير ذلك	
632	114	235	283	المجموع	

لقد أفضت نتائج التحليل في الجدول السابق في سؤال أفراد العينة المنتمين إلى الفصائل أن ما مجموعه 113 من المنتمين لحركة فتح بنسبة 46,12% يتقون بثقافة وسائل الإعلام التابعة للتيار السياسي المنتمين إليه، و 65,34% أي ما مجموعه 115 من المنتمين لحركة حماس يتقون بثقافة إعلام حزبهم، و 40,9% أي ما مجموعه 9 من المنتمين للجبهة الشعبية يتقون بثقافة إعلام حزبهم، وأجمع المنتمين للجبهة الديمقراطية بنسبة 100% بأنهم يتقون بثقافة إعلام حزبهم، أما كل من المنتمين لحركة الجهاد والمستقلين والمنتمين لتنظيمات أخرى لا يتقون بثقافة إعلام حزبهم حيث كانت النسب على التوالي 69,23%، 45,31%، 54,76%.

إن النتيجة الكلية لأفراد العينة تبين أن 44,77% يتقون بثقافة وسائل الإعلام التابعة لحزب المنتمين إليه، بينما 37,18% لا يتقون بها، ووفقاً لقيم معيار كاي ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيجما 0,000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05 مما يعكس وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين الثقافة التي تنشرها وسائل الإعلام التابعة للتنظيم الذي ينتمون إليه.

المجموع	5. أرى أن وسائل الإعلام الفلسطيني تتمتع بالحيادية والمصداقية ؟			(جدول رقم 5-2)	
	لا أهتم	لا	نعم		
245	18	192	35	فتح	ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟
176	16	123	37	حماس	
13	4	9	0	الجهاد	
22	0	21	1	الشعبية	
6	0	4	2	الديمقراطية	
128	5	109	14	مستقل	
42	3	37	2	غير ذلك	
632	46	495	91	المجموع	

لقد أفضت نتائج التحليل في الجدول السابق عند سؤال أفراد العينة المنتمين إلى الفصائل أن ما نسبته 78,36% من المنتمين لحركة فتح يرون بأن وسائل الإعلام لا تتمتع بالمصداقية والحيادية، و69,88% من المنتمين لحركة حماس يرون بأنها لا تتمتع بالمصداقية والحيادية، أما المنتمين لحركة الجهاد بنسبة 69.2% بأنها لا تتمتع، و95,45% من المنتمين للجهة الشعبية يرون بأنها لا تتمتع، و66,67% من المنتمين للجهة الديمقراطية يرون بأنها لا تتمتع و85,15% من المستقلين و88% من المنتمين لتنظيمات أخرى يرون بأنها لا تتمتع بالمصداقية والحيادية.

وبالتالي فإن النتيجة الكلية لأفراد العينة تبين أن 78,32% يرون بأن وسائل الإعلام لا تتمتع بالمصداقية والحيادية، بينما 14,39% يرون أنها تتمتع بالمصداقية والحيادية، ووفقاً لقيم معيار كاي ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيجما 0,001 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05 مما يعكس وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين رأي الطلبة في مدى تمتع وسائل الإعلام بالمصداقية والحيادية.

وبالنظر إلى قيم كل من مناصري فتح وحماس نجد أن نسبته 78,36% من المنتمين لحركة فتح و69,88% من المنتمين لحركة حماس يرون بأنها لا تتمتع بالمصداقية والحيادية، مما يعني أنها لا تعزز احترام التعددية، وتحت على التفرقة في المعاملة، وأن أدائها خلال فترة الصراع والانقسام كان أداءاً سلبياً على أطراف الصراع وعلى المجتمع.

6. إذا كنت تتابع الإذاعات الفلسطينية فأَي برامج تتابع ؟

(جدول رقم 6-2)	النسبة
القضية الفلسطينية	29,3
برامج حزبية	10,9
برامج أخرى	38,6
لا أتابع	21,2
المجموع	100

7. إذا كنت تتابع المحطات الفضائية الفلسطينية فأَي برامج تتابع؟

(جدول رقم 7-2)	النسبة
القضية الفلسطينية	33,1
برامج حزبية	13,9
برامج أخرى	32,6
لا أتابع	20,4
المجموع	100

8. إذا كنت تتابع الصحف والمواقع والالكترونية الفلسطينية فأَي أمور تقرأ ؟

(جدول رقم 8-2)	النسبة
القضية الفلسطينية	31,6
جوانب حزبية	16,8
جوانب أخرى	32,8
لا أتابع	18,8
المجموع	100

تدل النتائج من الجداول السابقة بأن 38,6% من أفراد العينة يتابعون برامج إذاعية أخرى، بينما 29,3% يتابعون برامج إذاعية للقضية الفلسطينية، و 10,9% يتابعون برامج إذاعية حزبية، كما وتوضح بأن 33,1% يتابعون برامج تلفزيونية تختص بالقضية الفلسطينية و 32,6% يتابعون برامج تلفزيونية أخرى و 13,9% يتابعون برامج حزبية، بينما 32,8% من من يقرؤون الصحف يقرؤون جوانب أخرى بينما 31,6% يقرؤون جوانب القضية الفلسطينية و 16,8% يقرؤون جوانب حزبية.

المجموع	9. أي إعلام فلسطيني تتابع ؟				(جدول رقم 9-2)	
	إعلام أحزاب أخرى	إعلام حماس	إعلام فتح	الإعلام الرسمي		
245	7	1	161	76	فتح	ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟
176	2	148	6	20	حماس	
13	7	4	0	2	الجهاد	
22	10	2	2	8	الشعبية	
6	0	0	3	3	الديمقراطية	
128	27	11	5	85	مستقل	
42	9	5	6	22	غير ذلك	
632	62	171	183	216	المجموع	

أدلت نتائج التحليل في الجدول السابق عند سؤال أفراد العينة المنتمين إلى الفصائل أن ما نسبته 65,7% من المنتمين لحركة فتح يتابعون إعلام حركة فتح، و84% من المنتمين لحركة حماس يتابعون إعلام حركة حماس، وكل من المنتمين لحركة الجهاد بنسبة 53,8 % و المنتمين للجهبة الشعبية 45,45% يتابعون إعلام أحزاب أخرى أي إعلام حركة الجهاد والجهبة الشعبية، في حين أن المنتمين للديمقراطية 50% يتابعون الإعلام الرسمي و50% يتابعون إعلام حركة فتح، أما كل من المستقلين بنسبة 66,4% والمنتمين لتنظيمات أخرى بنسبة 52,3% يتابعون الإعلام الرسمي.

وبالتالي فإن 34,17% من أفراد العينة يتابعون الإعلام الرسمي، و28,9% يتابعون إعلام حركة فتح، 27% يتابعون إعلام حركة حماس، 9,8% يتابعون إعلام الأحزاب الأخرى، ووفقاً لقيم معيار كاي ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيكما 0,000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05 مما يعكس وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين متابعة الطلبة لأي إعلام فلسطيني يتابعون.

المجموع	10. أي إعلام فلسطيني تصفه بالمصداقية والحيادية ؟				(جدول رقم 10-2)	
	إعلام أحزاب أخرى	إعلام حماس	إعلام فتح	الإعلام الرسمي		
245	15	3	121	106	فتح	ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟
176	5	147	4	20	حماس	
13	5	2	0	6	الجهاد	
22	10	4	0	8	الشعبية	
6	0	0	0	6	الديمقراطية	
128	24	6	6	92	مستقل	
42	7	5	5	25	غير ذلك	
632	66	167	136	263	المجموع	

لقد أفضت نتائج التحليل في الجدول السابق عند سؤال أفراد العينة المنتمين إلى الفصائل أن 49,3% من المنتمين لحركة فتح يصفون إعلام فتح بالمصداقية والحيادية، في حين ما نسبته 83,5% من المنتمين لحركة حماس يصفون إعلام حماس بالمصداقية والحيادية، بينما 46,15% من المنتمين لحركة الجهاد يصفون الإعلام الرسمي بالحيادية والمصداقية، و 45,45% من المنتمين للجهة الشعبية يصفون إعلام أحزاب أخرى بالمصداقية والحيادية أي إعلام الجهة الشعبية، أما كل من المنتمين للديمقراطية بنسبة 100% والمستقلين بنسبة 71,78% والمنتمين لتنظيمات أخرى بنسبة 57,14% فيصفون الإعلام الرسمي بالمصداقية والحيادية.

وبالتالي فإن 41,61% يصفون الإعلام الرسمي بالمصداقية والحيادية في حين 21,51% يصفون إعلام فتح و 26,42% يصفون إعلام حماس و 10,44% يصفون إعلام الأحزاب الأخرى، ووفقاً لقيم معيار كاي ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيجما 0,000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05 مما يعكس وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين وصف الإعلام بالمصداقية والحيادية.

المجموع	11. أي إعلام فلسطيني لا تثق به ؟				(جدول رقم 11-2)	
	إعلام أحزاب أخرى	إعلام حماس	إعلام فتح	الإعلام الرسمي		
245	24	215	3	3	فتح	ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟
176	2	3	161	10	حماس	
13	3	5	2	3	الجهاد	
22	7	10	5	0	الشعبية	
6	2	4	0	0	الديمقراطية	
128	81	28	18	1	مستقل	
42	20	13	7	2	غير ذلك	
632	139	278	196	19	المجموع	

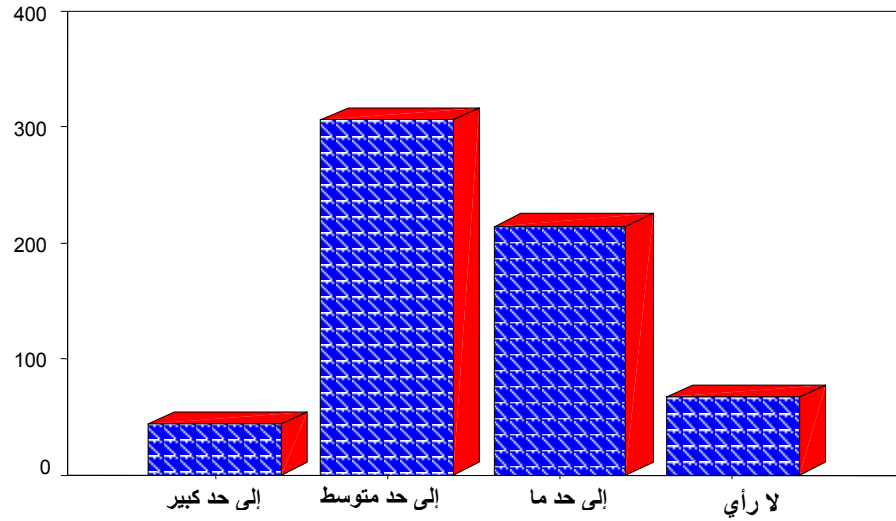
لقد أفضت نتائج التحليل في الجدول السابق عند سؤال أفراد العينة المنتمين إلى الفصائل أن 87,75% من المنتمين لحركة فتح لا يثقون بإعلام حركة حماس، في حين ما نسبته 91,47% من المنتمين لحركة حماس لا يثقون بإعلام حركة فتح، بينما كل من المنتمين لحركة الجهاد بنسبة 38,46% والمنتمين للجهة الشعبية بنسبة 45,45% والمنتمين للجهة الديمقراطية بنسبة 66,7% لا يثقون بإعلام حركة حماس، في حين أن المستقلين بنسبة 63,28% لا يثقون بإعلام الأحزاب جميعها. وبالتالي فإن النسب الكلية 3% لا يثقون بالإعلام الحكومي، و 31% لا يثقون بإعلام حركة فتح و 43,98% لا يثقون بإعلام حركة حماس، و 21,99% لا يثقون بإعلام الأحزاب كلها، ووفقاً لقيم معيار كاي ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيكما 0,000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05 مما يعكس وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين انعدام الثقة بالإعلام.

والمتتبع للنسب التي أفضت إليها نتائج التحليل يستنتج أن هذه النسب تعطي مدلولاً على أن أداء وسائل الإعلام الفلسطيني انعكس وبشكل سلبي على المجتمع، مما أدى إلى انقسامه، فهناك انقسام واضح ما بين أفراد العينة، فكل لا يثق بإعلام الآخر.

12. إلى أي مدى تستطيع وسائل الإعلام الفلسطينية أن توصل الحقيقة للمواطن؟

(جدول رقم 12-2)	النسبة
إلى حد كبير	7
إلى حد متوسط	48,4
إلى حد ما	34
لا رأي	10,6
المجموع	100

دلت نتائج التحليل في الجدول السابق أن ما نسبته 48,4% يرون أن الإعلام الفلسطيني يوصل الحقيقة بشكل متوسط، بينما 34% يرون أنه يوصلها إلى حد ما أي أنه ضعيف في إيصال الحقيقة أو لا يوصلها، و 7% يرون أنه يوصلها بشكل كبير وجيد، والشكل البياني رقم (8) يوضح ذلك:



رسم بياني (8) يوضح مدى إيصال وسائل الإعلام الحقيقة للمواطن

المحور الثالث: وسائل الإعلام الفلسطيني وتناولها لحالة الانقسام السياسي

1. أرى أن الإعلام الفلسطيني كان صادقاً فيما نقله خلال فترة الانقسام؟

(جدول رقم 3-1)	النسبة
نعم	20,9
لا	74,5
لا أهتم	4,6
المجموع	100

2. أرى أن وسائل الإعلام الفلسطيني ما تزال تحمل راية الوطنية و الدفاع عن القضية الفلسطينية

وتوصل معاناة المواطنين للخارج ؟

(جدول رقم 3-2)	النسبة
نعم	44
لا	50,9
لا أهتم	5,1
المجموع	100

3. أرى أن وسائل الإعلام الفلسطيني التفتت للصراعات الحزبية و المشاكل الداخلية التي تعم

المجتمع الفلسطيني أكثر من غيرها؟

(جدول رقم 3-3)	النسبة
نعم	80,5
لا	14,9
لا أهتم	4,6
المجموع	100

4. أرى أن وسائل الإعلام الفلسطيني باتت أجهزة تبث الفضائح و الأكاذيب وتروج للشائعات ؟

(جدول رقم 3-4)	النسبة
نعم	72,9
لا	21,5
لا أهتم	5,5
المجموع	100

5. أرى أن وسائل الإعلام أصبحت موطن للصراع بين فتح وحماس؟

(جدول رقم 3-5)	النسبة
نعم	90,3
لا	5,7
لا أهتم	4,0
المجموع	100

6. أرى أن الإعلام الحزبي ظاهرة صحية ومن الطبيعي وجوده في مختلف المجتمعات ؟

(جدول رقم 6-3)	النسبة
نعم	42,9
لا	47,2
لا أهتم	10
المجموع	100

7. أرى أن الإعلام الحزبي ضروري للنهوض بالمجتمع لأنه يغذي روح المنافسة الشريفة ؟

(جدول رقم 7-3)	النسبة
نعم	27,4
لا	62,2
لا أهتم	10,4
المجموع	100

8. أرى أن الإعلام الحزبي يدمر المجتمع ويفتته ويقسمه؟

(جدول رقم 8-3)	النسبة
نعم	75,2
لا	21,2
لا أهتم	3,6
المجموع	100

لقد بينت نتائج التحليل للجدول رقم (3/1) أن 74% يرون بأن الإعلام الفلسطيني لم يكن صادقاً فيما نقله خلال فترة الانقسام، وفي جدول رقم (3/2) 50,9% يرون بأن وسائل الإعلام الفلسطيني لم تعد تحمل راية الوطنية والدفاع عن القضية الفلسطينية وإيصال معاناة المواطنين للخارج، كما وضح جدول رقم (3/3) أن 80,5% يرون أن وسائل الإعلام التفت للصراعات الحزبية والمشاكل الداخلية التي تعم المجتمع الفلسطيني أكثر من غيرها.

كما في جدول رقم (3/4) يرى الغالبية العظمى بنسبة 72,9% بأن وسائل الإعلام الفلسطيني باتت أجهزة تبث الفضائح والأكاذيب وتروج للشائعات، وفي جدول رقم (3/5) 90,3% يرون أنها باتت موطن للصراع بين حركتي فتح وحماس، وفي جدول رقم (3/6) 47,2% يرون بأن الإعلام الحزبي ظاهرة غير صحية وليس من الطبيعي وجودها في مختلف المجتمعات مقابل 42,9% يرون بأنها صحية، وفي جدول

رقم (3/7) 62,2% يرون بأن الإعلام الحزبي غير ضروري للنهوض بالمجتمع لأنه لا يغذي المنافسة الشريفة، وفي جدول رقم (3/8) يعتبر 75,2% بأن الإعلام الحزبي يدمر المجتمع يفتته ويقسمه.

المجموع	9.أؤيد تشديد رقابة السلطة الحاكمة على وسائل الإعلام في الجزء الذي أقطن فيه من الوطن؟			(جدول رقم 9-3)	
	لا أهتم	لا	نعم		
245	24	138	83	فتح	ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟
176	13	42	121	حماس	
13	4	6	3	الجهاد	
22	5	13	4	الشعبية	
6	1	5	0	الديمقراطية	
128	16	77	35	مستقل	
42	5	31	6	غير ذلك	
632	68	312	252	المجموع	

لقد أفضت نتائج التحليل في الجدول السابق عند سؤال أفراد العينة المنتمين إلى الفصائل أن 56,32% من المنتمين لحركة فتح لا يؤيدون تشديد رقابة السلطة الحاكمة على وسائل الإعلام في الجزء الذي يقطنون فيه من الوطن، بينما 68,75% من المنتمين لحركة حماس يؤيدون ذلك، في حين 46,15% من المنتمين لحركة الجهاد و59% من المنتمين للجهة الشعبية و83,33% من المنتمين للجهة الديمقراطية و60% من المستقلين و73,80% من المنتمين للتنظيمات الأخرى لا يؤيدون تشديد رقابة السلطة الحاكمة على وسائل الإعلام في الجزء الذي يقطنون فيه من الوطن.

وبالتالي فإن النتيجة الكلية 49,36% لا يؤيدون تشديد رقابة السلطة الحاكمة على وسائل الإعلام في الجزء الذي يقطنون فيه من الوطن، في حين 39,87% يؤيدون ذلك، ووفقاً لقيم معيار كاي ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيكما 0,004 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05 مما يعكس وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين التأييد لخضوع وسائل الإعلام لرقابة السلطة الحاكمة.

المجموع	10. أؤيد حرية وسائل الإعلام في الجزء الذي أقطن فيه من الوطن؟			(جدول رقم 10-3)	
	لا أهتم	لا	نعم		
245	13	68	164	فتح	ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟
167	12	117	47	حماس	
13	3	3	7	الجهاد	
22	7	2	13	الشعبية	
6	0	2	4	الديمقراطية	
128	7	42	79	مستقل	
42	3	17	22	غير ذلك	
632	45	251	336	المجموع	

لقد بينت نتائج التحليل في الجدول السابق عند سؤال أفراد العينة المنتمين إلى الفصائل أن 66,93% من المنتمين لحركة فتح يؤيدون حرية وسائل الإعلام في الجزء الذي يقطنون فيه من الوطن، بينما 66,74% من المنتمين لحركة حماس لا يؤيدون ذلك، بينما كل من المنتمين إلى حركة الجهاد الإسلامي بنسبة 53,84% والمنتمين للجهة الشعبية بنسبة 59% والمنتمين للجهة الديمقراطية بنسبة 66,67% والمستقلين بنسبة 61,71% والمنتمين للتنظيمات الأخرى بنسبة 52,38% يؤيدون حرية وسائل الإعلام في الجزء الذي يقطنون فيه من الوطن.

وبالتالي فإن النتيجة الكلية 53,16% الأخرى يؤيدون حرية وسائل الإعلام في الجزء الذي يقطنون فيه من الوطن، في حين 39,71% لا يؤيدون ذلك، ووفقاً لقيم معيار كاي ومعيار التوافق نجد أن قيمة سيجما 0,000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0,05 مما يعكس وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين تأييد حرية وسائل الإعلام.

11. برأيك هل ساهمت وسائل الإعلام في تعميق الأزمة فترة الصراع الفلسطيني؟

النسبة	(جدول رقم 11-3)
78,3	نعم
17,2	لا
4,4	لا أهتم
100	المجموع

12. هل عززت وسائل الإعلام الانقسام السياسي؟

(جدول رقم 12-3)	النسبة
نعم	80,7
لا	15,2
لا أهتم	4,1
المجموع	100

13. هل أدى أداء وسائل الإعلام إلى انقسام المجتمع الفلسطيني؟

(جدول رقم 13-3)	النسبة
نعم	82,1
لا	13,8
لا أهتم	4,1
المجموع	100

14. تستطيع وسائل الإعلام الفلسطينية استعادة الموضوعية والابتعاد عن التحيز في ظل الانقسام؟

(جدول رقم 14-3)	النسبة
نعم	50,8
لا	44,6
لا أهتم	4,6
المجموع	100

15. هل تستطيع وسائل الإعلام الفلسطينية أن تستعيد ثقة الشارع الفلسطيني فيما تبثه من رسائل إعلامية في ظل الانقسام؟

(جدول رقم 15-3)	النسبة
نعم	41,8
لا	48,9
لا أهتم	9,3
المجموع	100

16. إن انتماء الإعلاميين للأحزاب هو ما أدى إلى انحيازهم ومناصرتها لطرف دون الآخر؟

(جدول رقم 16-3)	النسبة
نعم	78
لا	16,3
لا أهتم	5,7
المجموع	100

17. هل تثق بالإعلام الحزبي الذي ينشر معلومات عن أحزاب أخرى؟

(جدول رقم 17-3)	النسبة
نعم	18,8
لا	73,1
لا أهتم	8,1
المجموع	100

18. ساهم الإعلام الحزبي في رفع وتيرة التعصب الحزبي والتخندق خلف المواقع دون هوادة لدى أنصار وعناصر الفصائل؟

(جدول رقم 18-3)	النسبة
نعم	62,2
لا	14,4
لا أهتم	23,4
المجموع	100

19. هل ترى أن أداء الإعلام الفلسطيني خلال فترة الانقسام يخدم المصالح الإسرائيلية؟

(جدول رقم 19-3)	النسبة
نعم	73,7
لا	21,2
لا أهتم	5,1
المجموع	100

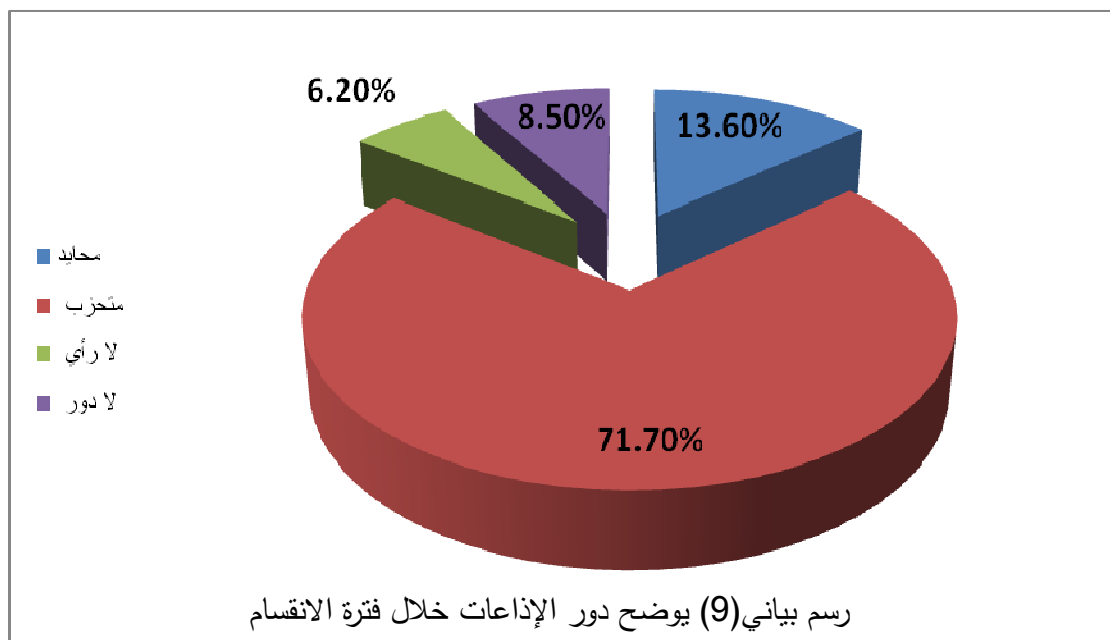
لقد أفضت نتائج التحليل في الجدول رقم (3/11) أن 78,3% يرون بأن وسائل الإعلام ساهمت في تعميق الأزمة فترة الصراع الفلسطيني، وفي الجدول رقم (3/12) بأن 80,7% يرون بأن وسائل الإعلام عززت الانقسام السياسي الفلسطيني، وفي الجدول رقم (3/13) أن 82,1% يرون بأن أداء وسائل الإعلام أدى إلى انقسام المجتمع الفلسطيني، وفي الجدول رقم (3/14) أن 50,8% يرون بأن وسائل الإعلام الفلسطينية تستطيع استعادة الموضوعية والابتعاد عن التحيز في ظل الانقسام بينما 44,6% يرون بأنها لا تستطيع، وفي الجدول رقم (3/15) أن 41,8% يرون بأن وسائل الإعلام الفلسطينية تستطيع أن تستعيد ثقة الشارع الفلسطيني فيما تبثه من رسائل إعلامية في ظل عملية الانقسام في حين أن 48,9% يرون بأنها لا تستطيع في ظل الانقسام، وفي الجدول رقم (3/16) ترى الأغلبية بنسبة 78% بأن انتماء الإعلاميين للأحزاب هو ما أدى إلى انحيازهم ومناصرتهم لطرف دون الآخر.

كما أن في الجدول رقم (3/17) 73,1% لا يتقنون بالإعلام الحزبي الذي ينشر معلومات عن أحزاب أخرى، وفي الجدول رقم (3/18) 62,2% يرون بأن الإعلام الحزبي ساهم في رفع وتيرة التعصب الحزبي والتخندق خلف المواقع دون هوادة لدى أنصار وعناصر الفصائل، وفي الجدول رقم (3/19) 73,7% يرون بأن أداء الإعلام الفلسطيني خلال فترة الانقسام يخدم المصالح الإسرائيلية.

20. ما هو رأيك في دور الإذاعات الفلسطينية خلال الانقسام؟

النسبة	(جدول رقم 20-3)
13,6	محايد
71,7	متحيز
8,5	لا دور
6,2	لا أهتم
100	المجموع

أفضت نتائج التحليل في الجدول السابق أن 71,7% يرون بأن أداء الإذاعات الفلسطينية خلال فترة الانقسام أداء متحيز بينما 13,6% رأوا بأن أداءها محايد و8,5% رأوا بأنه لا دور لها و6,2% لا رأي لهم، والشكل البياني رقم (9) يوضح ذلك:



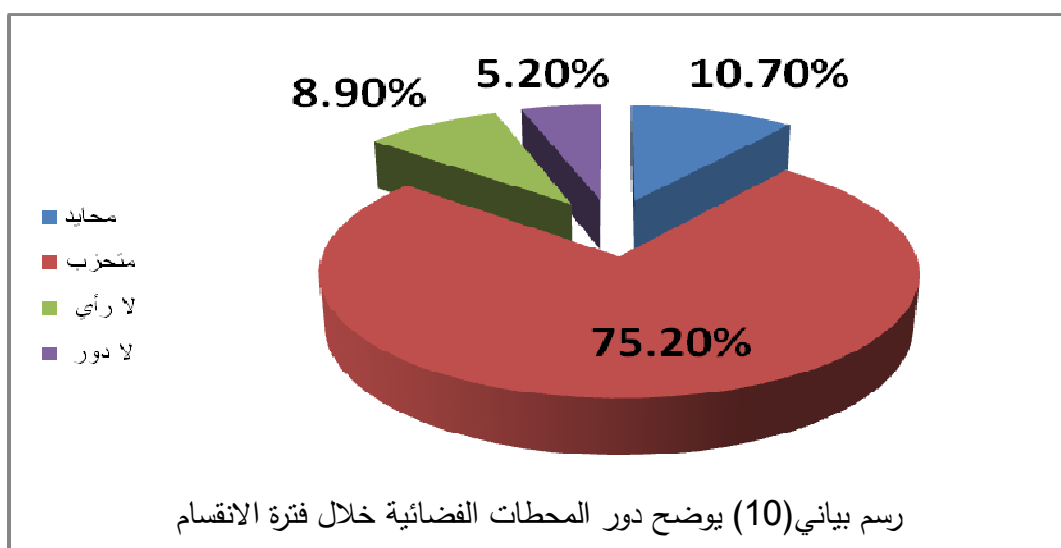
21. ما هو رأيك في دور المحطات الفضائية الفلسطينية خلال الانقسام؟

(جدول رقم 21-3)	النسبة
محايد	10,7
متحزب	75,2
لا دور	8,9
لا أهتم	5,2
المجموع	100

دلت نتائج التحليل في الجدول السابق أن 75,2% يرون بأن أداء المحطات الفضائية خلال فترة

الانقسام كان متحزباً في حين 10,7% يرون بأن أدائها كان محايداً و8,9% يرون بأنه لا دور لها

و5,2% لا رأي لهم والشكل البياني رقم (10) يوضح ذلك:



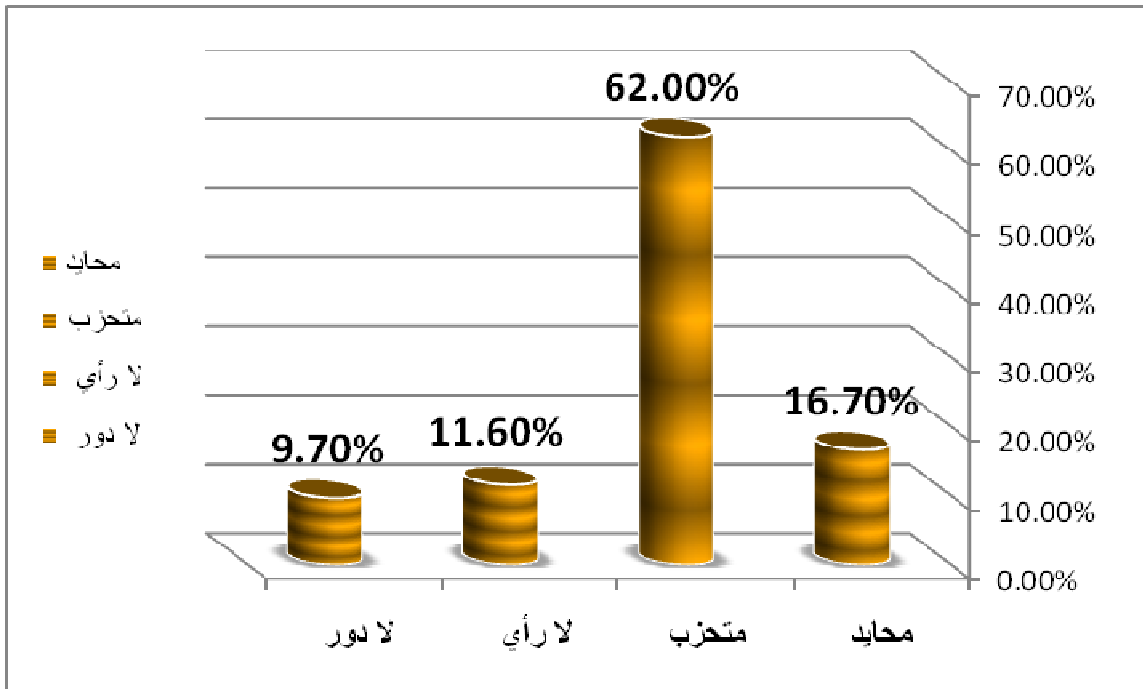
22. ما هو رأيك في دور الصحف والمواقع الإلكترونية خلال الانقسام؟

(جدول رقم 22-3)	النسبة
محايد	16,7
متحزب	62
لا دور	11,6
لا أهتم	9,7
المجموع	100

دلت نتائج التحليل في الجدول السابق أن 62% يرون بأن أداء الصحف والمواقع الإلكترونية

الإخبارية خلال فترة الانقسام أداءً متحزباً في حين 16,7% يرون بأن أدائها كان محايداً و11,6% يرون

بأن لا دور لها و9,7% لا رأي لهم، والشكل البياني رقم (11) يوضح ذلك:



رسم بياني (11) يوضح دور الصحف والمواقع الإلكترونية خلال فترة الانقسام

23. ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟

النسبة	(جدول رقم 23-3)
38,8	فتح
27,8	حماس
2,1	الجهاد
3,5	الشعبية
0,9	الديمقراطية
20,3	مستقل
6,6	غير ذلك
100	المجموع

تدل نتائج التحليل في الجدول السابق أن 38,8% من أفراد العينة ينتمون لحركة فتح و 27,8%

ينتمون لحركة حماس، و 2,1% ينتمون للجهاد، و 3,5% ينتمون للشعبية، و 0,9% ينتمون للديمقراطية،

و 20,3% مستقلين، و 6,6% منتمين لتنظيمات أخرى.

المبحث الثالث: نتائج التحليل وتفسيرها

أولاً: نتائج التحليل

يتضح من التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss الإحصائي للعينة الدراسة التي بلغت 632 موزعة على كل من جامعة الأزهر والجامعة الإسلامية وجامعة الأقصى وجامعة القدس المفتوحة النتائج التالية:

1. تراوح أداء الإعلام الفلسطيني ما بين متوسط وضعيف حيث كانت نسبة من رأوا أن أداء الإعلام الفلسطيني جيد بلغت 18,8%، أما من رأوا أنه متوسط بلغت 49,2%، ونسبة من رأوا أنه سيء 30%، ودلت النتائج على وجود علاقة ما بين متغير الجنس ورأي الطلبة في أداء الإعلام الفلسطيني.
2. دلت النتائج أن الغالبية العظمى يتابعون باستمرار الإعلام العربي أكثر من أي إعلام آخر، حيث كانت نسبة من يتابعونه باستمرار 44,3%، ثم يأتي الإعلام الفلسطيني في المرتبة الثانية بنسبة 31,1%، وفي المرتبة الثالثة الإعلام الأجنبي بنسبة 10,6%، وأفضت النتائج على وجود علاقة بين متغير الجنس وأي إعلام يتابع باستمرار.
3. أشارت النتائج أن الغالبية العظمى من أفراد العينة والتي تشكل نسبتهم 41,1% لا يتقنون بالإعلام بشكل عام العربي أو الأجنبي أو الفلسطيني، ولكن من حيث الترتيب فإن نسبة من يتقنون بالإعلام الفلسطيني كانت 22,3%، ويأتي الإعلام العربي في المرتبة الثانية من حيث الثقة حيث كانت نسبة من يتقنون به 20,88%، أما الإعلام الأجنبي ويأتي في المرتبة الأخيرة وكانت نسبة من يتقنون به 15,66%، وقد دلت النتائج على وجود علاقة بين متغير الجنس وأي إعلام يتقنون به.
4. أكد أفراد العينة أن التلفزيون من أكبر وسائل الإعلام من حيث التأثير حيث بلغت نسبته 26,9%، وبالتالي فإنه يأتي في المرتبة الأولى من حيث التأثير، وتليه الإذاعة بنسبة 19,3% ثم المواقع الإلكترونية بنسبة 15,5%، وأخيراً الجرائد والصحف بنسبة 3,6%.

5. أن مستوى التغطية الإعلامية للقضايا الفلسطينية والتوعية بالقضية الفلسطينية يتراوح ما بين ضعيف إلى متوسط، فكانت نسبة من يرون بأن مستوى التغطية الإعلامية الفلسطينية للقضايا السياسية متوسطة 49,4%، في حين 31,6% يرون أنها ضعيفة، و 17,4% يرون أنها قوية، أما بالنسبة لتوعية الإعلام الفلسطيني بالقضية الفلسطينية فقد رأى 44,9% من الأفراد بأنها متوسطة و 37% بأنها ضعيفة و 14,7% بأنها قوية.

6. وجود عدم رضا عن وسائل الإعلام الفلسطينية وأداؤها فالنسبة العظمى من الأفراد غير راضين عن وسائل الإعلام الفلسطينية حيث كانت نسبتهم 46,8%، في حين أن 46,5% راضين إلى حد ما و 4,6% راضين بشكل كبير.

7. أن الإعلام الفلسطيني يعاني من ضعف تقني، حيث كانت نسبة من يرون أن الإعلام الفلسطيني يعاني من ضعف تقني 52,2%، في حين أن 43,8% يرون بأنه يعاني نوعاً ما من ضعف تقني و 1,9% لا يوافقون على أنه يعاني من أي ضعف تقني.

8. أن الإعلام الفلسطيني يعاني من ضعف بشري، حيث كانت نسبة من يرون أن الإعلام الفلسطيني يعاني نوعاً ما من ضعف بشري 47% في حين 31% يوافقون على أنه يعاني من ضعف بشري، بينما 15,7% لا يوافقون على أنه يعاني من أي ضعف بشري.

9. أن نسبة 80,9% يرون بأن الإعلام الفلسطيني لا يعزز لغة التسامح بين المواطنين بينما 15,7% يرون بأن الإعلام الفلسطيني يعزز لغة التسامح، كما ويرى 50,3% بأن الإعلام الفلسطيني لا ينمي الإيمان بالقضية الوطنية في حين يرى 45,7% بأن الإعلام الفلسطيني ينمي الإيمان بالقضية الفلسطينية.

10. أن الإعلام الفلسطيني لا يرسخ الانتماء والولاء للوطن حيث كانت نسبة من رأوا ذلك 51,58%، وتدل النتائج على وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين ترسيخ الإعلام الفلسطيني لقيم الولاء والانتماء للوطن.

11. أن الإعلام الفلسطيني لا يعزز احترام التعددية السياسية، حيث أن 80,9% يرون بأن الإعلام الفلسطيني لا يعزز احترام التعددية السياسية، في حين 15,6% يرون بأن الإعلام الفلسطيني يعزز التعددية السياسية.

12. دلت النتائج على أن 61% من مجتمع الدراسة يرون بأن وسائل الإعلام ترسخ الانتماء للحزب بينما 28,4% يرون بأنها لا ترسخ، وتدل النتائج على وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وترسيخ وسائل الإعلام الفلسطيني الانتماء للحزب.

13. أن نسبة 73,9% يرون بأن وسائل الإعلام الفلسطيني تحت على التفرقة في المعاملة وعلى عدم إعطاء فرص متساوية، و 19,5% يرون بأنها لا تحت على ذلك.

14. كانت نسبة 77,4% يرون أن الثقافة الإعلامية التي تنشرها وسائل الإعلام الفلسطيني ترسخ الانقسام وتزيده على اعتبار أنها تنشر ثقافة حزبية لا وطنية في حين 17,4% يرون عكس ذلك.

15. إن نسبة 44,77% يتقون بثقافة وسائل الإعلام التابعة لحزب المنتمين إليه، بينما 37,18% لا يتقون بها، وتدل النتائج على وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين الثقافة التي تنشرها وسائل الإعلام التابعة لتنظيم الذي ينتمون إليه.

16. لقد أفضت النتائج أن 78,32% يرون بأن وسائل الإعلام لا تتمتع بالمصداقية والحيادية، بينما 14,39% يرون أنها تتمتع، وتدل النتائج على وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين رأي الطلبة في مدى تمتع وسائل الإعلام بالمصداقية والحيادية.

17. كانت نسبة 38,6% من أفراد العينة يتابعون برامج إذاعية أخرى، بينما 29,3% يتابعون برامج إذاعية للقضية الفلسطينية، و 10,9% يتابعون برامج إذاعية حزبية، كما وتبين أن 33,1% يتابعون برامج تلفزيونية تختص بالقضية الفلسطينية و 32,6% يتابعون برامج تلفزيونية أخرى و 13,9% يتابعون برامج

حزبية، بينما 32,8% من من يقرءون الصحف يقرءون جوانب أخرى بينما 31,6% يقرءون جوانب القضية الفلسطينية و 16,8% يقرءون جوانب حزبية.

18. أن 34,17% من أفراد العينة يتابعون الإعلام الرسمي، و 28,9% يتابعون إعلام فتح، 27% يتابعون إعلام حماس، 9,8% يتابعون إعلام الأحزاب الأخرى، وتدل النتائج على وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين متابعة الطلبة لأي إعلام فلسطيني.

19. أن 41,61% يصفون الإعلام الرسمي بالمصادقية والحيادية في حين 21,51% يصفون إعلام فتح بالمصادقية والحيادية، و 26,42% يصفون إعلام حماس بالمصادقية والحيادية و 10,44% يصفون إعلام الأحزاب الأخرى بالمصادقية والحيادية، وتدل النتائج على وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين وصف الإعلام بالمصادقية والحيادية.

20. أن 3% لا يثقون بالإعلام الحكومي، و 31% لا يثقون بإعلام فتح و 43,98% لا يثقون بإعلام حركة حماس، و 21,99% لا يثقون بإعلام الأحزاب كلها، مما تدل هذه النتائج على وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين انعدام الثقة بالإعلام.

21. أن 48,4% يرون أن الإعلام الفلسطيني يوصل الحقيقة بشكل متوسط، بينما 34% يرون أنه يوصلها إلى حد ما أي أنه ضعيف في إيصال الحقيقة أو لا يوصلها، و 7% يرون أنه يوصلها بشكل كبير وجيد.

22. أن معظم أفراد العينة وهم بنسبة 74% يرون بأن الإعلام الفلسطيني لم يكن صادقاً فيما نقله خلال فترة الانقسام.

23. يرى ما نسبته 50,9% أن وسائل الإعلام الفلسطيني لم تعد تحمل راية الوطنية والدفاع عن القضية الفلسطينية وإيصال معاناة المواطنين للخارج.

24. أن نسبة 80,5% يرون أن وسائل الإعلام التفتت للصراعات الحزبية والمشاكل الداخلية التي تعم المجتمع الفلسطيني أكثر من غيرها.

25. أن 72,9% يرون أن وسائل الإعلام الفلسطيني باتت أجهزة تبث الفضائح والأكاذيب وتروج للشائعات.

26. أن نسبة 90,3% يرون أن وسائل الإعلام باتت موطن للصراع بين حركتي فتح وحماس.

27. أن نسبة 47,2% يرون بأن الإعلام الحزبي ظاهرة غير صحية وليس من الطبيعي وجودها في مختلف المجتمعات مقابل 42,9% يرون بأنها صحية.

28. أن نسبة 62,2% يرون بأن الإعلام الحزبي غير ضروري للنهوض بالمجتمع لأنه لا يغذي المنافسة الشريفة، ويعتبر 75,2% بأن الإعلام الحزبي يدمر المجتمع يفتته ويقسمه.

29. أن نسبة 49,36% لا يؤيدون تشديد رقابة السلطة الحاكمة على وسائل الإعلام في الجزء الذي يقطنون فيه من الوطن، في حين 39,87% يؤيدون ذلك، وتدل النتائج على وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين التأييد لخضوع وسائل الإعلام لرقابة السلطة الحاكمة في الجزء الذي يقطن فيه الأفراد.

30. أن نسبة 53,16% من أفراد العينة يؤيدون حرية وسائل الإعلام في الجزء الذي يقطنون فيه من الوطن، في حين 39,71% لا يؤيدون ذلك،، وبينت النتائج وجود علاقة بين الانتماء التنظيمي وبين تأييد حرية وسائل الإعلام.

31. أن نسبة 78,3% يرون بأن وسائل الإعلام ساهمت في تعميق الأزمة فترة الصراع الفلسطيني.

32. أن نسبة 80,7% يرون بأن وسائل الإعلام عززت الانقسام السياسي الفلسطيني.

33. أن نسبة 82,1% يرون بأن أداء وسائل الإعلام أدى إلى انقسام المجتمع الفلسطيني.

34. أن نسبة 50,8% يرون بأن وسائل الإعلام الفلسطينية تستطيع استعادة الموضوعية والابتعاد عن التحيز في ظل الانقسام بينما 44,6% يرون بأنها لا تستطيع.

35. أن نسبة 41,8% يرون بأن وسائل الإعلام الفلسطينية تستطيع أن تستعيد ثقة الشارع الفلسطيني فيما تبثه من رسائل إعلامية في ظل عملية الانقسام في حين أن 48,9% يرون بأنها لا تستطيع في ظل الانقسام.

36. أن نسبة 78% يرون بأن انتماء الإعلاميين للأحزاب هو ما أدى إلى انحيازهم ومناصرتهم لطرف دون الآخر.

37. أن نسبة 73,1% لا يثقون بالإعلام الحزبي الذي ينشر معلومات عن أحزاب أخرى.

38. أن نسبة 62,2% يرون بأن الإعلام الحزبي ساهم في رفع وتيرة التعصب الحزبي والتخندق خلف المواقع دون هودة لدى أنصار وعناصر الفصائل.

39. أن نسبة 73,7% يرون بأن أداء الإعلام الفلسطيني خلال فترة الانقسام يخدم المصالح الإسرائيلية.

40. أن نسبة 71,7% يرون بأن أداء الإذاعات الفلسطينية خلال فترة الانقسام أداء متحيز بينما 13,6% رأوا بأن أداءها محايد و 8,5% رأوا بأنه لا دور لها و 6,2% لا رأي لهم.

41. أن نسبة 75,2% يرون بأن أداء المحطات الفضائية خلال فترة الانقسام كان أداء متحيزاً، في حين 10,7% يرون بأن أدائها كان محايداً و 8,9% يرون بأنه لا دور لها و 5,2% لا رأي لهم.

42. أن 62% يرون بأن أداء الصحف والمواقع الإلكترونية الإخبارية خلال فترة الانقسام أداء متحيزاً، في حين 16,7% يرون بأن أدائها كان محايداً و 11,6% يرون بأن لا دور لها و 9,7% لا رأي لهم.

43. إن نسبة 38,8% من أفراد العينة ينتمون لحركة فتح و 27,8% ينتمون لحركة حماس، و 2,1% ينتمون للجهاد، و 3,5% ينتمون للشعبية، و 0,9% ينتمون للديمقراطية، و 20,3% مستقلين، و 6,6% منتمين لتنظيمات أخرى.

ثانياً: تفسير النتائج

بين تحليل نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات الفلسطينية لا يثقون بالإعلام الفلسطيني، بل أنه فقد مصداقيته وحياديته، وهذا ما انعكس وبشكل مباشر على رأي الطلبة، فنجد أن أداء الإعلام الفلسطيني من وجهة نظر الطلبة يتراوح ما بين الضعيف إلى المتوسط، كما أن الغالبية العظمى لا يثقون به، ويتابعون الإعلام العربي باستمرار أكثر من متابعتهم للإعلام الفلسطيني.

بالرغم من تنوع وسائل الإعلام الفلسطينية وتعددتها ما بين مسموعة ومقروءة ومرئية وإلكترونية، إلا أن الغالبية العظمى من الطلبة يرى بأن وسائل الإعلام الفلسطيني تعاني من ضعف تقني وبشري، وهذا انعكس بشكل كبير على مستوى التغطية الإعلامية الفلسطينية للقضايا السياسية بشكل عام والقضية الفلسطينية بشكل خاص، وهو ما يؤكد نتيجة عبدالله التايه في دراسته التي توصل فيها إلى نتيجة مفادها أن هناك صعوبات إدارية ومالية وفنية تواجه إذاعة وتلفزيون فلسطين منذ إنشائها، مما أدى إلى هبوط مستوى الأداء في البرامج عامة في الشكل والمضمون والمهنية، وبشكل خاص برامج الإعلام الثقافي التي هي جزء هام من هذه البرامج.

إن انقسام الإعلام الفلسطيني ما بين الإعلام الرسمي والإعلام الحزبي، وعدم توحيد سياساتها، واختلاف الثقافة والرسالة الإعلامية والسياسية التي تحملها، أوجد انعدام المصداقية والحيادية والثقة في الإعلام الفلسطيني، كما أوجد حالة من عدم الرضا من قبل الطلبة مجتمع الدراسة على أداء الإعلام الفلسطيني، فالغالبية ترى بأن الإعلام الفلسطيني لا يعزز لغة التسامح واحترام التعددية، ولا ينمي الإيمان بالقضية الوطنية، ولا يرسخ الانتماء والولاء للوطن، كما أن ملكية الأحزاب السياسية لوسائل الإعلام جعل رسالتها تخدم فئة بعينها ولا تخدم المصلحة العامة والوطنية، وهذا ما تبين من خلال نتائج الدراسة التي خلصت إلى أن وسائل الإعلام الفلسطيني رسخت الانتماء الحزبي، وحثت على التفرقة في المعاملة وعلى عدم إعطاء فرص متساوية، إن ما زرعه الأحزاب من انتماء للحزب وتغصب له جعل المنتمين له

يؤمنون بكل ما يصدر عنه بشكل تلقائي، ومما يفسر ذلك أن ثقة الأفراد بوسائل الإعلام التابعة للحزب الذي ينتمون إليه قد زادت، وأفقدت ثقتهم بالإعلام الفلسطيني وبمصادقيته وحياديته وبرسالته الإعلامية أو الثقافة التي تحملها، وهذا ما يؤكد الفرضية الثالثة في الدراسة التي تنص على أن **الثقافة الإعلامية التي تبنتها الوسائل الإعلامية الفلسطينية خلال فترة الانقسام كانت ثقافة سياسية حزبية لا ثقافة سياسية وطنية**.

وزاد من ذلك أن المعلومات التي حملتها وسائل الإعلام الحزبية إبان فترة الانقسام أفقدت المجتمع الفلسطيني ثقته بالإعلام وحياديته، وقد انعكس هذا بدوره على اتجاهات الأفراد نحو البرامج التي تقدمها تلك الوسائل، فنجد أن الأغلبية أخذوا يتابعون برامج إذاعية غير سياسية أو حزبية، ويقرؤون جوائز غير سياسية أو حزبية في الصحف والمجلات، وينصرفون عن متابعة البرامج التي تبثها وسائل الإعلام الحزبية و التي تتعلق بالقضية الفلسطينية.

فقد دلت الدراسة على أن نسبة الأفراد من مجتمع الدراسة الذين يتابعون الإعلام الرسمي الفلسطيني 35%، أما باقي الأفراد ونظراً لتعصبهم الحزبي فهم لا يتابعون الإعلام عامة، بل اقتصروا على إعلام أحزابهم لأنهم لا يثقون إلا برسائلته الإعلامية، حيث لم تأت هذه الثقة بناء على قناعة منهم، بل من منطلق الولاء والطاعة الذي يفرضه عليهم انتمائهم الحزبي، أو التبعية العمياء للنخب السياسية التي تظهر على هذه الوسائل، والتي لها تأثير في توجيه الثقافة العامة للأفراد ولها القدرة على التأثير بها.

لقد أظهرت الدراسة أن التناقضات في الثقافة التي تحملها الرسالة الإعلامية وتنتشرها وسائل الإعلام الحزبية، أفقدت الأفراد الثقة بالإعلام الفلسطيني، مما جعل الغالبية من مجتمع الدراسة ترى أن الإعلام لم يوصل الحقيقة إلا بشكل متوسط أو ضعيف، وهذا ما تأكد خلال فترة الانقسام، فلقد رأيت النسبة العظمى من الأفراد بأن الإعلام الفلسطيني لم يكن صادقاً فيما نقله خلال فترة الانقسام، وأن أدائه في نقل الحقيقة كان ضعيفاً، وأن وسائل الإعلام لم تعد تحمل راية الوطنية والدفاع عن القضية، بل تسعى لتحقيق

مصالح حزبية ضيقة، وأنها التفت للصراعات الحزبية والمشاكل الداخلية التي تعم المجتمع الفلسطيني، وهذا ما يثبت فرضية الدراسة الأولى القائلة بأن وسائل الإعلام الفلسطيني الرسمي والحزبي لعبت دوراً سلبياً خلال فترة الانقسام وزادت من الفجوة بين طرفي النزاع.

لقد لعبت وسائل الإعلام دوراً سلبياً خلال فترة الانقسام، من بت الأكاذيب والشائعات والتحريض والتخوين والتشويه في الآخر، ومما يؤكد ذلك أن الأغلبية العظمى من الأفراد رأت بأن وسائل الإعلام التفتت للصراعات الحزبية والمشاكل الداخلية، وأن وسائل الإعلام الفلسطيني باتت أجهزة تبث الفضائح والأكاذيب وتروج للشائعات، وأن وسائل الإعلام الحزبي ساهمت في رفع وتيرة التعصب الحزبي لدى أنصار وعناصر الفصائل والتخندق خلف المواقع دون هوادة، وباتت موطن للصراع بين حركتي فتح وحماس، كما أن الغالبية العظمى ترى بأن انتماء وسائل الإعلام والإعلاميين للأحزاب وانحيازهم ومناصرتهم لطرف دون الآخر ساهم في تعميق وتعزيز الانقسام السياسي الفلسطيني.

إن التشوه الحاصل في الرسالة الإعلامية من خلال الدور السلبي الذي لعبته وسائل الإعلام الحزبية، جعل العديد يفقد الثقة بالإعلام الفلسطيني بشكل عام والإعلام الحزبي بشكل خاص، الذي رأوا فيه ظاهرة غير صحية وغير ضروري للنهوض بالمجتمع لأنه لا يغذي المنافسة الشريفة، ويعمل على تدمير وتفتيت وتقسيم المجتمع.

إن ما زرعه التنظيمات من انتماءات قبلية داخل صفوف المناصرين والمنتمين لها، وإعطاءها الأولوية على الانتماء للوطن والدولة، جعل الاختلاف في الرأي بين الأفراد قائم على أمور تكمن في التبعية العمياء للأفراد لأحزابهم، فمثلاً نجد أن غالبية الأفراد لا يؤيدون تشديد رقابة السلطة الحاكمة على وسائل الإعلام لأن الدستور الفلسطيني كفل مبادئ الحريات والحقوق الدولية، لكن بعدما أصبح قطاع غزة تحت سيطرة حركة حماس، وممارستها لكافة أنواع الممارسات القمعية التي تقوم بها في غزة، من

إقصاء للآخر وفرض الرأي والتعامل مع الآخر وفق مبدأ عدم النقض والاختلاف، أفقد القانون الأساسي الفلسطيني معناه في خاصية الحقوق والحريات العامة، حيث أيد الأغلبية أن تكون هناك حرية لوسائل الإعلام بدون قيود وخطوط حمراء أو رقابة من قبل الحكومة، باستثناء الأفراد المنتمين لحركة حماس المسيطرة على قطاع غزة اختلّفوا مع الأغلبية وأيدوا وبشكل كبير رقابة السلطة الحاكمة في قطاع غزة على وسائل الإعلام فيه.

إن الثقافة التي حملتها وسائل الإعلام الفلسطيني ساهمت في نشر الكراهية والبغضاء والانقسام ما بين أفراد المجتمع، وأوجدت فجوة كبيرة ما بين المنتسبين للأحزاب، وهو ما يثبت الفرضية الثانية القائلة بأن دور الرسالة الإعلامية التي وجهتها وسائل الإعلام الفلسطينية أثناء فترة الانقسام تركت أثراً سلبياً على المجتمع الفلسطيني وعلى طلبة الجامعات في قطاع غزة، فنجد أن الغالبية العظمى اعتبروا أن أداء وسائل الإعلام خلال الانقسام السياسي ساهم بشكل كبير في انقسام المجتمع الفلسطيني.

وهذا ما جعل العديد من الأفراد يرون بأن وسائل الإعلام الفلسطينية لا تستطيع أن تستعيد ثقة الشارع الفلسطيني فيما تنبئه من رسائل إعلامية في ظل عملية الانقسام، وأن الغالبية العظمى لا يتقون بالإعلام الحزبي الذي ينشر معلومات عن أحزاب أخرى، ولقد رأوا بأن أداء وسائل الإعلام الفلسطيني المسموعة والمقروءة والمرئية والإلكترونية كانت متحيزة بشكل كبير، وهذا ما يثبت الفرضية الثالثة للدراسة القائلة بأن الثقافة الإعلامية التي تبنتها الوسائل الإعلامية الفلسطينية خلال فترة الانقسام كانت ثقافة سياسية حزبية لا ثقافة سياسية وطنية، وهذه الثقافة الحزبية قد تركت أثراً هامين، الأثر الأول أن وسائل الإعلام الفلسطيني الرسمي والحزبي لعبت دوراً سلبياً خلال فترة الانقسام وزادت من الفجوة بين طرفي النزاع، أما الأثر الثاني أثر الثقافة المسمومة والمشوهة التي سببت في تمزيق النسيج المجتمعي، والبنية المجتمعية.

إن وسائل الإعلام الفلسطينية إحدى أهم أدوات الصراع السياسي والحزبي في مجتمعنا الفلسطيني، فهي سلاح ذو حدين، هدف المستخدمين له تقزيم وتشويه وإبراز عيوب الطرف الآخر، في محاولة لكسب أكبر قدر من التأييد المجتمعي، وتجاهلوا ما لهذا السلاح من أثر خفي على روح الحياة المدنية والمجتمعية داخل المجتمع الفلسطيني، والذي بدوره ساهم في تقنيت وتمزيق شريان الحياة داخل المجتمع بل داخل الأسرة الواحدة وقضى على اللحمة والوحدة الوطنية، إن ذلك كله بمجمله العام يؤكد على أن وسائل الإعلام الفلسطيني الرسمي والحزبي لعبت دوراً سلبياً خلال فترة الانقسام وزادت من الفجوة بين طرفي النزاع، وأن الرسالة الإعلامية التي وجهتها وسائل الإعلام الفلسطينية أثناء فترة الانقسام تركت أثراً سلبياً على المجتمع الفلسطيني وعلى طلبة الجامعات في قطاع غزة.

الفصل السادس: النتائج والتوصيات

❖ أولاً: النتائج

❖ ثانياً: التوصيات

أولاً: النتائج

لقد مرت وسائل الإعلام الفلسطينية بأربع مراحل مختلفة، اختلفت فيها الظروف التي مرت بها في كل مرحلة وتباينت في صفاتها وممارستها وأدائها، تمثلت المرحلة الأولى في الفترة ما قبل النكبة عام 1948م، تميزت هذه المرحلة بالصحافة المكتوبة التي لعبت دوراً في توعية المواطنين وتنقيفهم بشكل عام، وتوعيتهم من مخاطر الحركة الصهيونية، والدعم البريطاني لها.

وبالرغم من الطابع العشائري والحزبي لها إلا أنها لم تتوان في نشر وتوعية المواطنين من أهم المخاطر التي تواجههم، فقد استمرت تؤدي رسالتها ويتصدى رجالها لسياسة القمع والظلم وسياسة التهجير وغيره من السياسات القهرية العنصرية الأخرى، وعملت على تعبئة الجمهور للثبات والصمود والتحدي، وبالتالي كسبت احترام الجمهور وثقته.

أما المرحلة الثانية فهي الممتدة منذ ما بعد النكبة حتى قيام السلطة الوطنية الفلسطينية، تميزت هذه المرحلة بتعدد وسائل الإعلام ما بين مقروءة ومسموعة، كان عملها تحكمه الأنظمة والقوانين والتي تعددت واختلفت ما بين أنظمة عربية مختلفة في نظم حكمها، وما بين الاحتلال الإسرائيلي.

وقد ميز الطابع الحزبي وسائل الإعلام الفلسطينية في هذه الفترة، إلا أنه بالرغم من تلك الاختلافات السياسية والأيدلوجية فقد شاركت الصحف بدور كبير في بلورة الهوية الوطنية الفلسطينية وتجسيدها، وأبقت مقاومة الاحتلال القضية المركزية لإعلامها الحزبي، مما أسهم في تمتين الجبهة الداخلية الفلسطينية، وتعزيز استقرارها الداخلي، وفي توفير ما يمكن اعتباره أسس نجاح مرتكزات أي عملية تنمية سياسية، وأوجدت قاعدة للحوار، وتبادلاً للأفكار في المجتمع، وخلقت حراكاً سياسياً وجدلاً بين الأحزاب، قاد لإعادة اللحمة بين فصائل منظمة التحرير.

لقد خدم الإعلام الحزبي الفلسطيني في هذه الفترة الاندماج الوطني والانسجام الداخلي، من خلال توعيتها للشعب بما يدار حوله من أحداث ومواقف، سواء على المستوى الداخلي الفلسطيني أو الخارجي

المتعلق بالقضية الفلسطينية، وهو ما عزز حالة الاستقرار والحوار والحراك السياسي، ووحيد الرؤية والصفوف. كما ساد الطابع الوطني بشكل كبير، حتى برامجها الهزلية فقد كانت ذات طابع سياسي، واستطاعت أن تقوم بأداء دورها الوطني والسياسي، من خلال تعبئة الجماهير وتحريضها ضد ممارسات الاحتلال، كما عملت على نشر ومتابعة عمل القوى والفصائل الفلسطينية داخل الوطن أو خارجه، بالرغم من أنها كانت تبث من أراضي عربية تخضع تحت سيطرتها وحكمها وقوانينها المتوافقة مع أهدافها وأهوائها.

أما المرحلة الثالثة وهي التي بدأت مع قيام السلطة الوطنية الفلسطينية على جزء من الأراضي الفلسطينية وحتى الانتخابات التشريعية الثانية 2006م، حيث تميزت هذه المرحلة بأنها شملت كل أنواع وسائل الإعلام من مقروء ومرئي ومسموع وإلكتروني، نالت فيها وسائل الإعلام الحرية التامة في العمل، بعيداً عن أي سقف من أسقف الحكم المختلفة التي عملت تحتها سابقاً، فلقد كانت تعمل تحت سماء فلسطينية وحكم فلسطيني وقوانين فلسطينية.

وقد تميزت هذه المرحلة بتعدد وسائل الإعلام وكثرتها، وتنوع رسائلها ما بين سياسية مهمة بالقضية الفلسطينية، وما بين برامج تنقيفية وإخبارية وترفيهية وهزلية وما بين توعية للجمهور بالحقوق والواجبات الملقة عليهم في ظل النظام السياسي الفلسطيني القائم.

كما ميز الطابع الحزبي الإعلام الفلسطيني في هذه المرحلة، إلا أن الإعلام الحزبي في خطابه النقدي بين الفصائل الفلسطينية اتسم غالباً بالشكلية، حتى في أشد لحظات التوتر فقد كان سياسياً أكثر منه إيديولوجياً، فكان محوره يدور حول السلطة أو التمثيل في أحيان كثيرة، وهو ما بدا واضحاً من خلال الحديث عن احتمالات دخول حركة حماس في منظمة التحرير في أكثر من مناسبة.

أما المرحلة الرابعة وهي المرحلة التي تلت نتائج الانتخابات التشريعية الفلسطينية عام 2006ك، غلب فيها النمط الحزبي للإعلام الفلسطيني، بدأ فيها الإعلام الفلسطيني الحزبي بالتخلي عن موضوعيته

تدرجياً، حتى تحول في نهاية المطاف لإعلام دعائي محض، تتلخص مهمته فقط بمهاجمة الطرف الآخر، واكتساب الشارع لصالحه من خلال زجه وانتقائه لأنباء وتقارير تخدم أهدافه الحزبية فقط، بعيداً عن صحة ما تتضمنه من معلومات الأمر الذي جعل التنافس يأخذ الطابع السلبي للمجتمع بشكل عام.

لقد مهد أداء الإعلام في هذه الفترة لحالة انقسام مجتمعي، فهبط مستوى الخطاب الإعلامي الحزبي إلى مستوى متدني في الأسلوب والألفاظ المستخدمة غير المعهودة سابقاً، ومن الكلمات والألفاظ ذات المستوى المتدني إلى قلب الحقائق وتزويرها واختلاق الروايات الكاذبة، والبحث عن ثغرات في الطرف المقابل للإيقاع به، وتضليل الجمهور، ونسف الحقيقة والتحايل عبر الدسائس والمكائد البعيدة عن الموضوعية والمهنية، والتحريض على القتال والبأس الشديد، الأمر الذي دفع باتجاه ابتعاد الإعلام عن الاهتمام بالقضية الفلسطينية، والاهتمام بالمصلحة الحزبية الخاصة، فلم يكن الإعلام موضوعياً ولم يكن يعمل بطريقة وطنية بل بطريقة حزبية خاصة لمصلحة حزبية فقط. وهو ما يؤكد نتيجة زياد عثمان وغازي بني عودة في دراستهما التي توصلتا فيها إلى نتيجة مفادها أن الخلل المتسارع الذي أصاب الخطاب الإعلامي الذي بدا خطاباً منقسماً، ومستقطباً وفئوياً وتحريضياً، يكمن في حقيقة أنه لم يكن لدينا أصلاً خطاب إعلامي موحد وإن كان في لحظة ما فإنه لم يرق إلى مستوى التوحد.

لقد انقسم الإعلام قسمين في هذه المرحلة القسم الأول ساهم في زيادة التوتر على الساحة الداخلية، والقسم الآخر مستقل أو ينتمي لأحزاب أخرى لا مصلحة لها في الاقتتال، ولم تكن طرف فيه، بعضها كان يحاول القيام بدور لتوحيد الجهود وهو الدور الذي نفذته بعض وسائل الإعلام المحلية المستقلة، أما الصحفيون الفلسطينيون العاملون في الفضائيات العربية والأجنبية التزموا إلى حد كبير بالحياد السلبي، دون أن يتمكنوا في معظم الأحيان من نقل رسائل طمأنة للمشاهدين.

ويمكن تحديد أهم سمات الإعلام الفلسطيني في النقاط التالية:

1. غلبة الطابع الحزبي على جميع وسائل الإعلام، وتغليبها للمصلحة الحزبية على حساب المصلحة الوطنية، فالوسيلة الإعلامية تسير وفق أجندة الحزب الذي أنشأها، وتسعى إلى تحقيق أهدافه وغاياته، وتدافع عن مواقفه السياسية، وتبرر ممارساته، وتنشغل كثيراً في زيادة شعبيته.
2. إعلام قائم على الانتماء السياسي لا المعلومات، سمح للعديد من الجهات بأن يصبح هدفاً رئيسياً لتحقيق مصالحها من خلاله وعبره.
3. ممارسة التعبئة والتحريض السلبية التي كان من شأنها أن تزيد من حجم الفجوة بين الأطراف المتصارعة وتزيد من حدة الأزمة، وتخلق انقساماً جديداً في المجتمع الفلسطيني.
4. غياب الحقيقة وتضليل الجماهير بنشر الشائعات والأخبار والبيانات غير الدقيقة.
5. التبعية للأحزاب بشكل أعمى.
6. الابتعاد عن احترام الرأي والرأي الآخر، وعن تعزيز مبدأ التعددية السياسية.
7. الازدواجية في الخطاب الإعلامي إلى حد التناقض بين المواقف السياسية المختلفة المعلنة.
8. التضليل المتعمد وغير المتعمد من خلال بث معلومات مغلوطة لإرباك الطرف الآخر.
9. الإثارة والتهويل بعيداً عن المسؤولية الاجتماعية.
10. المبالغة لدرجة الإثارة والتهويل بهدف التأثير على الرأي العام وتغيير قناعاته.
11. غياب السياسة الإعلامية لغياب الإستراتيجية السياسية الواضحة التي تتبناها السلطة وتنعكس تأثيراتها على وسائل الإعلام.
12. غلبة طابع التهديد والوعيد والهجوم على الطابع العقلاني المتزن.
13. إثارة النعرات الحزبية والعشائرية بدلاً من محاربتها والتصدي لها.
14. التلاعب بالألفاظ والمصطلحات كشف عن أزمة حقيقية في بناء الخطاب الإعلامي.

15. العشوائية والارتجالية والبعد عن التخطيط الإعلامي الواعي الهادف إلى توحيد الصف الفلسطيني

ضاعف من شقة الخلاف وجعل الشارع منقسماً أكثر على نفسه.

16. تغييب المشاركة الجماهيرية والاستخفاف بعقلية الجماهير.

17. عدم احترام رأي الجمهور أو توجيه أدنى اهتمام له.

18. الفشل في تشكيل رأي عام مساند للقضايا وضاعطاً ضد السياسات والممارسات السلبية في المجتمع.

19. انقلاب في ترتيب الأولويات وإهمال القضايا الوطنية العليا، وتركيز الاهتمام على الخلافات.

20. الدعم المالي المشروط للمؤسسات الإعلامية التي رغم دورها في إثراء الساحة الإعلامية، إلا أن

بعضها انحرف في مسار الاصطفاف السياسي وتحول إلى أبواق فاضحة تأجج الصراع.

إن كل هذه السمات بالإضافة إلى الأداء السلبي خلال فترة الانقسام السياسي، أدت إلى فقدان مصداقية وحيادية الإعلام الفلسطيني لدى أفراد المجتمع وعند الطلبة، وبدأ التوجه إلى متابعة الإعلام العربي أو الأجنبي لمعرفة الحقيقة، وهو ما جعل العديد يرى أن الإعلام الفلسطيني إعلام يساهم في تعزيز الطائفية والحزبية وينمي الانتماء والولاء للحزب لا للوطن، ويبتعد كل البعد عن غرس قيم التسامح واحترام التعددية.

إن الإعلام سلاح ذو حدين، فهو قادر على الإسهام في حل المشاكل والأزمات، وهو قادر على خلق العراقيل وزيادة التحديات.

إن ثمة انقلاباً في إدارة الإعلام للأزمة الفلسطينية، فلقد سبق ورافق التصعيد السياسي تصعيد إعلامي غير مسبوق. فلقد أُلقت الأزمة السياسية بتداعيات وظلال غير مسئولة مهنيّاً وأخلاقياً ووطنياً على أداء الإعلام الفلسطيني وإدارته للأزمة، فبدلاً من احتوائها عمل على تصعيدها، وبدلاً من التوجه إلى الجمهور بعقلانية لاحتواء الآثار السلبية لتحول سياسي، فقد تم استغلال كل المظاهر السلبية

لتصعيد الموقف، وممارسة التعبئة والتحريض والتشهير والتضليل من خلال نشر الشائعات والأخبار والبيانات غير الدقيقة، التي أسهمت في زيادة حالة الاستقطاب، وفي توسيع الفجوة بين طرفي الأزمة.

ثانياً: التوصيات

إن الإعلام الفلسطيني بمحوره العام وتفرعاته الخاصة بالرغم مما وصل إليه خلال السنوات الأخيرة، خصوصاً بعد قيام السلطة الوطنية الفلسطينية، والحرية التي حاز عليها تحت ظلالها، والإمكانات التي توفرت له عبرها، إلا أنه لا يزال قيد التطوير وفي مراحل نموه الأولى؛ والسبب في ذلك أن الإرث التاريخي الذي يعود إلى ما قبل النكبة ما زال يسيطر على العديد من مؤسساته، فالإعلام الفلسطيني اتسم منذ ولادته بالحزبية، هذه السمات لاصقته عبر المراحل المختلفة التي مر بها، على الرغم من دور الاحتلال الإسرائيلي الذي عمل دوماً على تقسيم المجتمع الفلسطيني وشرذمته، وزرع الطائفية داخله في مختلف مؤسساته بما فيها الإعلامية.

كما كان تعدد الاتجاهات داخل المجتمع الفلسطيني سبباً رئيسياً في تمزيق الجسد الإعلامي الفلسطيني وتشتيته، فعدم توحيد السقف الأعلى أو المرجعية الأساسية واختلافها بين الأحزاب وجه المؤسسات التابعة لها حسب مرجعيتها، فالمؤسسات الإعلامية هي بالأساس يحكمها النظام السياسي الفلسطيني الذي انبثق مع قيام السلطة الوطنية الفلسطينية بعد اتفاقية أوسلو، والتي هي بالأساس مرجعيتها هي منظمة التحرير الفلسطينية، فكل الأحزاب المنطوية تحت مظلة المنظمة ملتزمة بالنظام السياسي الفلسطيني، وبالتالي فإن مؤسساتها الإعلامية التي تتبعها ملتزمة به، لكن يبقى الأمر في الأحزاب التي لا تعترف بالمنظمة كمرجعية الشعب الفلسطيني ولا بالدستور الفلسطيني، وتفرض نفسها كبديل، وبالتالي فإن مؤسساتها الإعلامية ستتبع لها، وهنا تبرز الإشكالية.

إن التشوه الحاصل في أداء المؤسسات الإعلامية والانقسام الكبير في الجسم الإعلامي الفلسطيني، هو بالأساس انقسام نخب فلسطينية، وتشوه في فكر النخب الذي طال المؤسسات الإعلامية التابعة للأحزاب التي ينتمون لها، كما طال المجتمع الفلسطيني برمته بسبب الاستغلال السيئ من قبل هذه النخب لتحقيق غايتها ومآربها حتى لو كان على حساب كينونة المجتمع الفلسطيني، أو على حساب القضية

الفلسطينية. كما أنه لا يمكن إغفال المؤسسات الإعلامية التي لا تتبع لأحزاب، ولكنها مرتبهة للمال المسيس.

إن ما وصل إليه الإعلام الفلسطيني، والمؤسسات الإعلامية والإعلاميين والأداء الهابط المستوى الغير مهني يتطلب عدة خطوات جادة لإعادة الأمور إلى نصابها، يمكن أن نوجز جزء منها فيما يلي:

أولاً: على صعيد المؤسسات الإعلامية والإعلاميين

1. الالتزام بالقوانين التي وضعها قانون العمل الإعلامي، والالتزام بالمهنية الإعلامية العالية.
2. وقف الخطاب الإعلامي المنتج حزبياً باعتباره خطاباً فئوياً يلحق الضرر بالمشروع الوطني وبالثقافة السياسية وأحد عناصر تأجيج الصراع.
3. دعوة جميع أجهزة الإعلام إلى تغليب الجوانب المهنية، والتمسك الموضوعية في نشر أخبارها وتحليلاتها وتقاريرها.

4. الابتعاد عن لغة التحقير والتخوين والدعوة للقتل أو لارتكاب أعمال انتقامية.

ثانياً: على صعيد النقابات الصحفية والمؤسسات التشريعية

1. تحديد المعايير والأسس التي ينبغي من خلالها التعامل مع الأزمات الداخلية.
2. إقرار ميثاق تلتزم به جميع وسائل الإعلام والأحزاب، والإعلاميين والسياسيين وأن يتعهدوا من خلاله بعدم استخدام الإعلام لتحقيق رغباتهم السياسية.
3. تنظيم المسؤولية الذاتية للإعلام الإلكتروني.
4. بلورة رؤية إستراتيجية تنظم الإعلام الإلكتروني.
5. العمل على دعم وتعزيز الصوت الإعلامي المستقل الموضوعي الموحد العقلاني التتويحي.

6. تشكيل لجنة من داخل الجسم الإعلامي لمراقبة وسائل الإعلام، يشترك بها إعلاميون من دول عربية وأجنبية يتصفون بالنزاهة والحيادية، لمراقبة ومتابعة التطورات الإعلامية، والتصدي لكل التصريحات التي من شأنها خلق حالة الإرباك والاحتقان وتكريس بذور الحقد والكراهية بين أبناء الشعب الواحد.
7. تشكيل جسم حماية من الشخصيات الوطنية والاعتبارية المستقلة والحزبية لحماية الجسم الإعلامي.
8. وضع ميثاق شرف يعمل على تطبيقه الجسم الإعلامي المشكل، والعمل على تطبيق العقوبات على المؤسسات الإعلامية والإعلاميين، ومحاسبة كل من يتجاوز بنوده أو يتخطى قوانينه من وسائل الإعلام، حتى لو أدى الأمر إلى إغلاق وسائل الإعلام الفلسطينية المتجاوزة.
9. ضرورة أن يقوم الجسم الإعلامي بتنظيم دورات في مخاطبة الإعلام للناطقين، وتدريبهم على فنون الخطابة التي تخدم القضايا الوطنية.
10. عقد مؤتمر عام للمصالحة الإعلامية.
11. العمل على إعداد رسالة إعلامية مضمونها يدور حول التسامح والأخوة والمساواة.
12. الفصل ما بين الإعلام الرسمي الناطق باسم الحكومة، والإعلام غير الرسمي التابع للأحزاب أو التنظيمات أو الإعلام المستقل.
13. مطالبة المجلس التشريعي أن يضع قانون ينظم العمل الإعلامي للمؤسسات الإعلامية ولإعلاميين العاملين بها.

مراجع الدراسة

□ أولاً: الكتب والمعاجم

- أبو شنب، حسين: الإعلام الفلسطيني تجاربه وتحدياته، مكتبة القادسية للنشر، غزة، 2001م.
- أبو شنب، حسين: الإعلام الفلسطيني، دار الجليل للنشر والدراسات والأبحاث الفلسطينية، الطبعة الأولى، عمان، 1988م.
- أبو شنب، حسين: هنا القدس دار الإنذاعة الفلسطينية، منشورات مركز دراسات أبحاث الوطن، مكتبة القادسية للنشر، غزة، 2002م.
- أبو معال، عبدالفتاح: أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الأولى، الإصدار الثالث، 2000م.
- أبو عرجة، تيسير: دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدولي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000م.
- البردويل، محمد حسين: الصحافة ونشأتها وتطورها، مطبعة منصور، الطبعة الأولى، 1996م.
- البشر، محمد بن سعود: أيديولوجيا الإعلام، غنياء للنشر، الطبعة الأولى، الرياض، 2008م.
- التلحمي، عبدالرازق: وسائل الإعلام في الأرض المحتلة، المركز العربي للبحوث والدراسات، القدس، نيسان 1988م.
- المصري، زهير: اتجاهات الفكر السياسي الفلسطيني بين الكفاح المسلح والتسوية، مكتبة اليازجي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، غزة، 2008م.

- بدير، البير: الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله محمود، الهيئة العامة العربية العامة للكتاب، 1987م.
- تايه، عبدالله: الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، دار الماجد للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، رام الله، 2006م.
- حجاب، محمد: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004م.
- خليل، أحمد خليل: معجم المصطلحات السياسية والدبلوماسية، دار الفكر اللبناني، الطبعة الأولى، بيروت، 1999م.
- الخوالده، محمد ناصر: إذاعة المقاومة الفلسطينية (1968 - 1982) ودورها في إيضاح القضية العادلة للشعب الفلسطيني وحلها، يناير 2007م.
- داوود، عبدالكريم داوود: دور الإذاعة الفلسطينية الخاصة بقطاع غزة في التثقيف السياسي لطلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية دراسة ميدانية، دراسات إعلامية 2، مواطن المؤسسة الفلسطينية لدراسات الديمقراطية، رام الله، 2005م.
- الدليمي، حميد جاعد: التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 1998م.
- دورندان، غي: الدعاية والدعاية السياسية، ترجمة رالف رزق الله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1983م.
- سليمان، محمد: الصحافة الفلسطينية وقوانين الانتداب البريطاني، الاتحاد العام للكتاب والصحفيين الفلسطينيين، مؤسسة بيسان للصحافة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1988م.

- سليمان، محمد: تاريخ الصحافة الفلسطينية (1817-1918م)، الاتحاد العام للكتاب والصحفيين الفلسطينيين، مؤسسة بيسان للصحافة والنشر والتوزيع، الجزء الأول، الطبعة الأولى، 1987م.
- صالح، محسن محمد: صراع الإرادات السلوك الأمني لفتح وحماس والأطراف المعنية 2006-2007م، مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، الطبعة الأولى، بيروت - لبنان، 2008م.
- طالب، موسى علي، الصراع الإعلامي الفلسطيني - الإسرائيلي، جامعة الأزهر، غزة، 2008م.
- عبدالهادي، محمد فتحي: النشر الإلكتروني وتأثيره على مجتمع المكتبات والمعلومات، جامعة القاهرة، المكتبة الأكاديمية، الطبعة الأولى، 2001م.
- عبده، عزيزة: الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004م.
- عبيد، سهام: أزمة الإعلام الفلسطيني، السلطة الوطنية الفلسطينية، وزارة الداخلية، قسم الدراسات والبحوث، 1998م.
- عثمان، زياد، بني عودة، غازي: الإعلام الألعوبة والخطاب الدموي في فلسطين، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان، رام الله - فلسطين، 2008م.
- عكاشة، محمود: خطاب السلطة الإعلامي نحو تجديد لغة الخطاب، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، مكتبة دار المعرفة، الطبعة الثانية، القاهرة، 2007م.
- العويني، محمد علي: الإعلام السياسي العربي المعاصر، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، القاهرة، 1985م.

- الكيالي، عبد الوهاب: موسوعة السياسة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، المجلد الثاني، الطبعة الأولى، 1983م.
- الكيالي، عبد الوهاب: موسوعة السياسة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، المجلد الثالث، الطبعة الأولى، 1983م.
- المسلمي، إبراهيم عبدالله: إدارة المؤسسات الصحفية، دار العربي للنشر والتوزيع، 1995م.
- مصالحة، محمد حمدان: الاتصال السياسي مقترح نظري - تطبيقي، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، الأردن، 2002م.
- مصطفى، هويدا: إعلام الأزمات، دار النديم للصحافة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 1997م.
- المصمودي، مصطفى: النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، أكتوبر 1985م.
- وزارة الإعلام الفلسطينية: الدليل الإعلامي الفلسطيني، السلطة الوطنية الفلسطينية، رام الله، 2009م.

□ ثانياً: رسائل الماجستير

- أبو الجديان، عماد: العلاقة التنموية بين البرامج التلفزيونية وطلبة الإعلام دراسة تطبيقية على طلبة الإعلام بجامعة الأقصى، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى وعين شمس، 2006م.
- أبو عياش: حافظ، دور الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية جريدة القدس نموذجاً 2004-2007م، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م.

- أبو وردة، أمين: أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي - طلبة جامعة النجاح نموذجاً - 2000 - 2007، رسالة ماجستير جامعة النجاح، 2008م.
- أبوشنب، حازم: دور وسائل الإعلام في تنمية القيم التربوية لدى الشباب الجامعي الفلسطيني رسالة ماجستير، جامعة الأقصى وجامعة عين شمس، 2004.
- آل سعود، يزيد بن محمد: دور الأجهزة الإعلامية في التعامل مع الأزمات الأمنية دراسة تطبيقية على أجهزة الإعلام السعودي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2007م.
- الضويحي، عبد العزيز بن سلطان: التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2003م.
- خلف، جمال يوسف خلف: اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م.
- خلف، سهيل: حرية الصحافة في عهد السلطة الفلسطينية من عام 1994 إلى 2004م وأثرها على التنمية السياسية في فلسطين الضفة الغربية وقطاع غزة، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2005م.
- شوارب، أسماء: واقع حرية الرأي والتعبير في فلسطين، رسالة ماجستير، جامعة بيرزيت، 2007م.
- فودة، محمد: دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في محافظات غزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، 2006م.
- معالي، خالد: أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين الضفة الغربية وقطاع غزة من عام 1996 إلى 2007م، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2008م.

□ ثالثاً: أبحاث ودراسات

- أحمد، أسماء رمضان: الإعلام الإلكتروني، جامعة بني سويف، كلية الآداب، 2009م.
- الجعل، غازي محمود: المعالجة الصحفية لاتفاق واي بلانتيشن في الصحافة الحزبية الفلسطينية صحيفتي الرسالة والكرامة دراسة تحليلية مقارنة، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، 1999م.
- الحاج، أحمد جمال: الصحافة الفلسطينية الإلكترونية على شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت"، جامعة الأقصى، 2002م.
- الدواوسة، سلاح: استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية والإشاعات المتحققة، بحث غير منشور، الجامعة الإسلامية، 2002م.
- السويركي، باسل سمير: معالجة الصحف الفلسطينية الحزبية لقضايا العملاء في انتفاضة الأقصى دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي الرسالة والاستقلال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2002م.
- اللوح، دياب: تأثير الصحافة على صناعة القرار السياسي، مكتبة التخطيط، غزة، 2003م.
- المطيري، عبدالرحمن، الشقاء، محمد بن عواد: الشراكة بين وسائل الإعلام والمؤسسات الأمنية، المنشاوي للدراسات والأبحاث أوراق وبحوث، 1429هـ/2008م.
- اليوسفي، حسن: المشهد الإعلامي من خلال تطور المشهد السياسي بالمغرب، المجلة المغربية، سبتمبر 1996م.
- بندر، إياد، والمجايدة، منير: المشهد الإعلامي الفلسطيني في الإنترنت، جامعة منوبة، تونس، 2009م.

- تريان، ماجد: الصحافة الفلسطينية، جامعة الأقصى، كلية الإعلام، 2008م.
- يونس، محمد، أبو خضيران، أشرف: اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية بغزة نحو الاستماع إلى الإذاعات الخاصة في فلسطين، بحث غير منشور، غزة الجامعة الإسلامية، 2003م.

□ رابعاً: دوريات ومجلات علمية

- أبو عمود، محمد سعد: التحول في العلاقة بين الإعلام والسياسة وتطوير الإعلام العربي، مجلة شؤون عربية، عدد 112، شتاء 2002م.
- الهوارين، سائد راضي: الخطاب السياسي والثقافة السياسية الفلسطينية هل هي ثقافة توحيد أم ثقافة تفريق، مجلة تسامح، عدد 16، السنة الخامسة، آذار، 2007م.
- جبارين، سامي: الحريات الإعلامية في الأراضي الفلسطينية خلال العام 2007م، مجلة تسامح، عدد 21، السنة السادسة، حزيران، 2007م.
- شرف، عبد العزيز: وسائل الإعلام والثقافة السياسية، مجلة التربية، العدد 98، 1991م.
- عاشور، انشراح: الصحافة الفلسطينية تحت الاحتلال في الضفة الغربية وقطاع غزة، مجلة صامد الاقتصادية، السنة 17، العدد 768، 1989م.
- كريم، محمد: صحافة المقاومة في الشتات، مجلة صامد الاقتصادي، السنة السابعة عشر، العدد 102، كانون الأول، 1995م.
- محسن، سميح: دور الإعلام الحزبي في تأجيج الصراع الداخلي الصحافة الالكترونية نموذجاً، مجلة تسامح، عدد 21، السنة السادسة، حزيران، 2007م.

□ خامساً: التقارير والندوات والصحف

- الهيئة المستقلة لحقوق الإنسان ديوان المظالم: واقع الحريات الإعلامية في مناطق السلطة الوطنية الفلسطينية خلال العام 2008م، سلسلة تقارير خاصة، العدد 65، كانون الأول، 2008م.
- جريدة الأيام الفلسطينية: صائب عريقات رفض حماس لدعوة الرئيس عباس انتهاك للدستور، الأحد الموافق 2006/2/19م، السنة الحادية عشر، 2006م.
- حمد، غازي: دور الإعلاميين المثقفين في الحوار واستعادة الوحدة الوطنية، ندوة سياسية نظمتها لجنة الثقافة والإعلام في جبهة النضال الشعبي الفلسطيني، مركز المسحاح الثقافي، 2008/6/22م.

□ سادساً: المواقع الإلكترونية

- الآغا، هاني: دور الإعلام الحزبي في الصراع الفلسطيني الفلسطيني، مجلة دنيا الرأي، 2007/4/12م.

(<http://pulpit.alwatanvoice.com/content-83505.html>, 8/6/2009)

- آتالنت، سيروان قحو: الإعلام الحزبي بين الموضوعية والتحيز، 25 مؤسسة ثروة، سبتمبر 2008م.
- (http://syrianelector.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2210&Itemid=84, 28/11/2009)

- إسلام أون لاين: ميثاق حركة المقاومة الإسلامية حماس، 2009/1/14م.
- (http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&pagename=Zone-Arabic-Daawa%2FDWALayout&cid=1231926477538, 23/1/2010)

- الجزيرة: منظمة التحرير الفلسطينية ملفات خاصة، المعرفة تحليلات، 2004/10/30م.

(<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/91AFBCB5-4A98-4C09-BE3C-548A8C8D2DA9.htm>, 8/2/2009)

- الجمري، عادل مرزوق: كيف تدير مجموعة المعارضة الإعلامية إعلامها بعيداً عن الزوايا الضيقة،

الحوار المتمدن، العدد 1278، 2005/8/6م.

(<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=42581>, 10/1/2010)

- الحسن، عبد الله: فلسطين بين برنامجي الاستقلال والتحرير، الجزيرة، المعرفة التحليلات،

2007/5/13م.

(<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/CC562C2A-05DC-4023-9FEE-AFD0AC689D67.htm>, 25/7/2009)

- الحسيني، سنية: الإعلام الحزبي بين الغوغائية وعدم المهنية، 2006/10/1م.

(<http://pulpit.alwatanvoice.com/content-57848.html>, 12/5/2009)

- الزبيدي، سعد: الخطاب السياسي وتحديات العصر، جريدة الصباح، 2009/10/26.

(<http://www.alsabaah.com/paper.php?source=akbar&mlf=interpage&sid=23775>, 22/10/2009)

- السمان، أحمد: خطاب حماس الإعلامي مشروط ذاتياً وموضوعياً، مركز دراسات الزيتونة،

2007/4/11م.

(<http://www.alzaytouna.net/arabic/?c=199&a=33980>, 18/9/2009)

- الشويكي، عمرو: هل يعلنون وفاة الصحافة الحزبية والإيديولوجية، إسلام أون لاين، 2004/8/15م.

(<http://www.islamonline.net/arabic/arts/2004/08/article10.shtml>, 27/4/2009)

- الغدرة، منصور: بعد مرور 15 عاماً على ميلاد التعددية السياسية الصحافة الحزبية هل تغرد خارج سرب أحزابها، صحيفة 26 سبتمبر، رقم العدد: 1174، 2005/2/10م.

(<http://www.26sep.net/newsweekarticle.php?lng=arabic&sid=18232>,

22/8/2009)

- الغزي، ناجي: بور الإعلام في الاتصال السياسي وأثره على الجمهور، شبكة الملتقى الثقافية السياسية، يناير، 2009م.

(<http://www.moltaqaa.com/?act=artc&id=507#>, 23/3/2009)

- القلاب، صالح: أعطني شبكة عنكبوتية، جريدة الرأي الأردنية، 2008/4/11م.

(http://www.alrai.com/pages.php?opinion_id=1947, 22/1/2009)

- الهدلة، رغد صالح: الأزمة الدولية مفهومها وأسبابها وأداتها وأدواتها، جريدة الاتحاد، 2005/2/23م.

(<http://www.alitthad.com/paper.php?name=News&file=article&sid=45665>,

26/6/2009)

- النبي، أكرم: يؤس الحافة ويؤس السياسية، جريدة شفافا الشرق الأوسط الإلكترونية، 27 نوفمبر 2005م.

(http://www.metransparent.com/old/texts/akram_al_bunni_misery_of_media_misery_of_politics.htm, 10/6/2009)

- برنامج إدارة الحكم في الدول العربية، أخبار إدارة الحكم: النشرة الإخبارية الفصلية، العدد الرابع، فلسطين، تشرين أول/أكتوبر – كانون أول/ديسمبر، 2005م.

(<http://www.pogar.org/arabic/govnews/2005/issue4/palestine.html>, 5/5/2009)

- تريان، ماجد: الصحافة الفلسطينية، وزارة الإعلام الفلسطينية، فلسطين، 20/2/2008م.

(<http://www.minfo.gov.ps/Docs/saha4.doc>, 25/10/2009)

- تميم، منال: مطربة العولمة وسندان العالم، مجلة سومر الإلكترونية، 1/9/2007م.

(http://sommermagazine.com/?page=show_det&select_page=6&id=333, 28/9/2009)

- خلف، خلف، جنود وحقائق الصراع الخفي بين فتح وحماس، جريدة إيلاف، 16 ديسمبر 2007.

(<http://www.elaph.com/ElaphWeb/AkhbarKhasa/2007/12/288608.htm>, 9/12/2009)

- خلف، سميح: أمننة الإعلام الفلسطيني، مجلة دنيا الرأي، 19/1/2007م.

(<http://pulpit.alwatanvoice.com/content-71466.html>, 5/10/2009)

- زكور، يونس، الرأي العام وقفة تأصيلية، الحوار المتمدن، العدد 1760، 10/12/2006م.

(<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=82919>, 25/11/2009)

- سلامة، عاطف: الإعلام الفلسطيني وخطاب الردح على الشاشات، الحوار المتمدن، العدد 2031، 7/9/2007م.

(<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=108316>, 8/8/2009)

- سليمان، محمد باسل: القوانين البريطانية وتطور الصحافة الفلسطينية، الحوار المتمدن، عدد 2157، 11/1/2008م

(<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=121278>, 3/9/2009)

- شقير، نوفل: الصحافة في فلسطين زمن الانتداب البريطاني، أبحاث وزارة الإعلام الفلسطينية، مارس 2009م.

(<http://www.minfo.ps/arabic/index.php?pagess=main&id=133>, 8/7/2009)

- صحيفة إيلاف: ممثل حماس فوز حماس دليل إدراك لانتهاج العملية السلمية، 31/1/2006م.

(<http://www.elaph.com/ElaphWeb/Politics/2006/1/124608.htm>, 5/8/2009)

- صحيفة إيلاف: دحلان يشن هجوماً على حماس ويحذر فتح من خسارة الانتخابات، 15/1/2006م.

(<http://www.elaph.com/ElaphWeb/Politics/120501/1/2006.htm>, 9/2/2009)

- طيبيل، أدهم، الإعلام الفلسطيني والدور الحقيقي، 21 أغسطس 2008م.

(<http://www.tigweb.org/express/panorama/article.html?ContentID=21839>,

15/10/2009)

- قويدر، رشيد: حماس وفتح ثنائية السلطة، شبكة فلسطين للإعلام والدراسات 2008/1/16م.

(<http://www.mediapal.org/printout.php?id=66&type=news>, 28/9/2009)

- مراسلون بلا حدود: الأراضي الفلسطينية تعددية الإعلام في خطر في قطاع غزة والضفة الغربية، 27

يوليو 2007م.

(<http://www.anhri.net/ifex/alerts/palestine/2007/pr0727.shtml>,

31/10/2009)

- مروات، أحمد: تاريخ الصحافة في مدينة حيفا العربية، موقع ديوان العرب الإلكتروني،

2007/4/19م.

(<http://www.diwanalarab.com/spip.php?article8720>, 27/7/2009)

- موسى، حلمي: هبوط مستوى الخطاب بين حماس وفتح، 2006م.

(<http://www.aljaml.com/node/24102>, 5/9/2009)

- المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، السياسات الاتصالية والإعلامية في العالم الإسلامي،

2000م.

(<http://www.isesco.org.ma/arabe/publications/cominfo/Menu.php>, 8/2/2009)

- ناصر، نقولا: الأزمة السياسية تشل الإعلام الفلسطيني، موقع الحزب الاشتراكي، الأحد 23 سبتمبر 2007م.

(<http://www.aleshteraki.net/articles.php?id=810>, 5/5/2009)

- وكالة معاً: نبيل عمرو وبالإجليزية الفصحى نحن شعب علماني ستسقط حماس وستعود فتح للسلطة لا محالة، وكالة معاً الإخبارية، رام الله، 19/4/2006م.

(<http://www.maannnews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=24228>, 28/10/2009)

- وكالة معاً: محمد دحلان يشن هجوماً على حركة حماس ويؤكد استعدادها للتفاوض مع إسرائيل، الإخبارية، رام الله، 15/1/2006م.

(<http://www.maannnews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=16297>, 23/3/2009)

□ سابعاً: مقابلات

- مقابلة مع وزير الأسرى السابق أشرف العجرمي، 14/11/2009م.

□ ثامناً: المراجع الأجنبية

- Albert C. Gunther, Kathleen Schmitt, *Why Partisans See Mass Media as Biased*, University of Wisconsin-Madison, 2004.
- Carmen Sammut, *Media and Maltese Society*, Lanham, Maryland: Lexington Books(A Division of Rowman & Littlefield), Massey University, Mediterranean Edition 2, Fall 2007.

- Dali mpofu, *Media And Society Conference*, South African Broadcasting Corporation, 18-19 October 2006.
- Laura, Dougan, *what dose it really mean to partisan "an analysis of government advertising in Ontario"*, Paper delivered at the Annual Meeting of Canadian Political Science Association Saskatoon, Saskatchewan , June, 2007.
- Mats Ekstrom, *Research on Media and Democracy Reflections on Changes and Challenges*, Panel Discussion I. Media Economy and Democracy, 2008.
- Stuart Cunningham, *Political and Media Leadership in the Age of YouTube*, The Australian National University, 2008.
- William A. Rugh, *Do National Political Systems Still Influence Arab Media?*, The Middle East Center St. Anthony's. Oxford, April/May 2007.
- Holli A. Semetko, *Election campaigns partisan balance and the news media*, (n.d) .

(<http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/WorldBankReport/Chapter%207%20Semetko.pdf>, 25/11/2009)

الاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

حفظه الله ،،،

السيد الأستاذ الدكتور/

بعد التحية،،،

تتشرف الباحثة بأن تضع بين أيديكم استبانته بعنوان وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي 2006 – 2009م (دراسة ميدانية على طلبة جامعات قطاع غزة)

ونظراً لمكانة سعادتك العلمية وإسهاماتكم الرائدة في مجال البحث العلمي أعرض على سعادتك هذه " الاستبانة " استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، ولتحقيق الهدف من الدراسة صممت الاستبانة من جزأين:

■ الجزء الأول ويشتمل على البيانات الأولية.

■ الجزء الثاني ويشتمل على ثلاثة محاور:

6. المحور الأول: مدى الاقتناع بوسائل الإعلام الفلسطينية والثقة بها.

7. المحور الثاني: حيادية وسائل الإعلام ومصادقيتها.

8. المحور الثالث: وسائل الإعلام وتناولها للامنة الفلسطينية.

أمل من سيادتكم التكرم بتحكيم هذه الاستبانة، وإبداء الرأي حول وضوح الفقرات التي تتضمنها، ومدى أهميتها وملائمتها لقياس ما وضعت لقياسه وعلاقة كل فقرة بالمحور الذي تنتمي إليه وإبداء ما ترونه من ملاحظات.

وتقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

الباحثة

أمل طومان

الباحثة أمل طومان إشراف: أ.د. رياض العيلة	بسم الله الرحمن الرحيم <u>وسائل الإعلام الفلسطيني</u> <u>وأثرها في الانقسام السياسي</u>	جامعة الأزهر - غزة 
---	--	---

أخي الطالب / أختي الطالبة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته....

نحن بصدد عمل دراسة حول وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي والمؤسسي 2006 – 2009م.

تتضمن الاستبانة مجموعة من العبارات يرجى منك أن تقرأها بعناية ثم تجيب عنها بواقعية وموضوعية حتى نتوصل إلى نتائج واقعية علماً بأنه سيتم التعامل مع بيانات هذه الاستبانة بسرية تامة ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي فقط....

الجزء الأول البيانات الأولية

■ فضلاً ضع علامة (√) أمام المربع المناسب لاختيارك وأكمل ما يلزم

1. العمر: 1. من 18-22 ☐ 2. من 23-27 ☐ 3. من 28-32 ☐ 4. 32 فما فوق ☐
2. الحالة الاجتماعية: 1. أعزب ☐ 2. متزوج ☐ 3. أرمل ☐ 4. مطلق ☐
3. الجنس: 1. ذكر ☐ 2. أنثى ☐
4. مجال الدراسة: 1. دبلوم متوسط ☐ 2. بكالوريوس ☐ 3. دراسات عليا ☐
5. الجامعة: 1. الأزهر ☐ 2. الإسلامية ☐ 3. الأقصى ☐ 4. القدس المفتوحة ☐

الجزء الثاني: الإعلام الفلسطيني المصادقية والحيادية والأداء

■ المحور الأول: مدى الاقتناع بوسائل الإعلام الفلسطيني والثقة بها.

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تبين اقتناعك وثقتك بوسائل الإعلام الفلسطيني، والمرجو تحديد درجة موافقتك عنها، وذلك بوضع علامة (√) أمام العبارة التي تناسب اختيارك:

1. ما هو رأيك في أداء الإعلام الفلسطيني ؟

1. جيد ☐ 2. متوسط ☐ 3. سيء ☐ 4. لا رأي ☐

2. أي إعلام تتابع باستمرار؟

1. الإعلام الفلسطيني ☐ 2. الإعلام العربي ☐ 3. الإعلام الأجنبي ☐ 4. لا أتابع ☐

3. أي إعلام تثق به؟

1. الإعلام الفلسطيني ☐ 2. الإعلام العربي ☐ 3. الإعلام الأجنبي ☐ 4. لا أثق ☐

4. إذا كنت تتابع وسائل الإعلام الفلسطيني ما هي أكثر الوسائل تأثيراً من وجهة نظرك، رتب حسب درجة التأثير؟

1. التلفزيون ☐ 2. الإذاعة ☐ 3. الجرائد والصحف ☐ 4. مواقع الإنترنت الإخبارية ☐

5. ما رأيك في مستوى التغطية الإعلامية الفلسطينية للقضايا السياسية؟

1. قوي ☐ 2. متوسط ☐ 3. ضعيف ☐ 4. لا رأي ☐

6. ما هو تقييمك لتوعية الإعلام الفلسطيني بالقضية الفلسطينية ؟

1. قوي ☐ 2. متوسط ☐ 3. ضعيف ☐ 4. لا رأي ☐

7. ما مدى رضاك عن وسائل الإعلام الفلسطيني؟

1. راضي إلى حد كبير ☐ 2. راضي إلى حد ما ☐ 3. غير راضي ☐ 4. لا رأي ☐

8. تعاني وسائل الإعلام الفلسطيني من ضعف تقني؟

1. أوافق ☐ 2. نوعاً ما ☐ 3. لا أوافق ☐ 4. لا رأي ☐

9. تعاني وسائل الإعلام الفلسطيني من ضعف بشري؟

1. أوافق ☐ 2. نوعاً ما ☐ 3. لا أوافق ☐ 4. لا رأي ☐

م	العبارات	نعم	لا	لا أهتم
10	هل ترى أن الإعلام الفلسطيني يعزز لغة التسامح بين المواطنين؟			
11	ينمي الإعلام الفلسطيني إيمانك بالقضية الوطنية؟			
12	يرسخ الإعلام الفلسطيني قيم الولاء والانتماء للوطن؟			
13	يعزز الإعلام الفلسطيني احترام التعددية السياسية؟			

■ المحور الثاني: حيادية وسائل الإعلام ومصادقيتها.

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تحدد مدى حيادية الإعلام ومصادقيته، والمرجو تحديد درجة موافقتك عنها، وذلك بوضع علامة (√) أمام العبارة التي تناسب اختيارك :

م	العبارات	نعم	لا	لا أهتم
1	وسائل الإعلام الفلسطيني ترسخ لديك الانتماء للحزب ؟			
2	وسائل الإعلام الفلسطيني تحثك على عدم التفرقة في المعاملة وإعطاء فرص متساوية؟			
3	هل ترى أن الثقافة الإعلامية التي تنشرها وسائل الإعلام الفلسطيني ترسخ الانقسام وتزيده على اعتبار أنها تنشر ثقافة حزبية لا وطنية؟			
4	أثق بثقافة وسائل الإعلام التابعة للتيار السياسي الذي أنتمي إليه وأتابعها؟			
5	أرى أن وسائل الإعلام الفلسطيني تتمتع بالحيادية والمصادقية؟			

6. إذا كنت تتابع الإذاعات الفلسطينية فأى برامج تتابع ؟

1. برامج القضية الفلسطينية ☐ 2. برامج حزبية ☐ 3. برامج أخرى ☐ 4. لا أتابع ☐

7. إذا كنت تتابع المحطات الفضائية الفلسطينية فأى برامج تتابع؟

1. برامج القضية الفلسطينية ☐ 2. برامج حزبية ☐ 3. برامج أخرى ☐ 4. لا أتابع ☐

8. إذا كنت تتابع الصحف والمواقع والالكترونية الفلسطينية فأى أمور تقرأ ؟

1. جوانب القضية الفلسطينية ☐ 2. جوانب حزبية ☐ 3. جوانب أخرى ☐ 4. لا أتابع ☐

9. أي إعلام فلسطيني تتابع ؟

1. الإعلام الرسمي ☐ 2. إعلام فتح ☐ 3. إعلام حماس ☐ 4. إعلام أحزاب أخرى ☐

10. أي إعلام فلسطيني تصفه بالمصادقية والحيادية؟

1. الإعلام الرسمي ☐ 2. إعلام فتح ☐ 3. إعلام حماس ☐ 4. إعلام أحزاب أخرى ☐

11. أي إعلام فلسطيني لا تثق به؟

1. الإعلام الرسمي ☐ 2. إعلام فتح ☐ 3. إعلام حماس ☐ 4. إعلام الأحزاب جميعها ☐

12. إلى أي مدى تستطيع وسائل الإعلام الفلسطيني أن توصل الحقيقة للمواطن؟

1. إلى حد كبير ☐ 2. إلى حد متوسط ☐ 3. إلى حد ما ☐ 4. لا رأي ☐

■ المحور الثالث: وسائل الإعلام الفلسطيني وتناولها لحالة الانقسام السياسي

م	العبارات	نعم	لا	لا أهتم
1	أرى أن الإعلام الفلسطيني كان صادقاً فيما نقله خلال فترة الانقسام؟			
2	أرى أن وسائل الإعلام الفلسطيني ما تزال تحمل راية الوطنية و الدفاع عن القضية الفلسطينية وتوصل معاناة المواطنين للخارج ؟			
3	أرى أن وسائل الإعلام الفلسطيني التفتت للصراعات الحزبية و المشاكل الداخلية التي تعم المجتمع الفلسطيني أكثر من غيرها؟			

4	أرى أن وسائل الإعلام الفلسطيني باتت أجهزة تبث الفضائح و الأكاذيب وتروج للشائعات ؟			
5	أرى أن وسائل الإعلام أصبحت موطن للصراع بين فتح وحماس ؟			
6	أرى أن الإعلام الحزبي ظاهرة صحية ومن الطبيعي وجوده في مختلف المجتمعات ؟			
7	أرى أن الإعلام الحزبي ضروري للنهوض بالمجتمع لأنه يغذي روح المنافسة الشريفة ؟			
8	أرى أن الإعلام الحزبي يدمر المجتمع و يفتته ويقسمه؟			
9	أؤيد تشديد رقابة السلطة الحاكمة على وسائل الإعلام في الجزء الذي أقطن فيه من الوطن؟			
10	أؤيد حرية وسائل الإعلام في الجزء الذي أقطن فيه من الوطن ؟			
م	العبارات	نعم	لا	لا أهتم
11	برأيك هل ساهمت وسائل الإعلام في تعميق الأزمة فترة الصراع الفلسطيني؟			
12	هل عززت وسائل الإعلام الانقسام السياسي؟			
13	هل أدى أداء وسائل الإعلام إلى انقسام المجتمع الفلسطيني؟			
14	تستطيع وسائل الإعلام الفلسطينية استعادة الموضوعية و الابتعاد عن التحيز في ظل الانقسام؟			
15	هل تستطيع وسائل الإعلام الفلسطينية أن تستعيد ثقة الشارع الفلسطيني فيما تبثه من رسائل إعلامية في ظل الانقسام؟			
16	إن انتماء الإعلاميين للأحزاب هو ما أدى إلى انحيازهم ومناصرتها لطرف دون الآخر؟			
17	هل تثق بالإعلام الحزبي الذي ينشر معلومات عن أحزاب أخرى؟			
18	ساهم الإعلام الحزبي في رفع وتيرة التعصب الحزبي والتخندق خلف المواقع دون هوادة لدى أنصار وعناصر الفصائل ؟			
19	هل ترى أن أداء الإعلام الفلسطيني خلال فترة الانقسام يخدم المصالح الإسرائيلية؟			

20. ما هو رأيك في دور الإذاعات الفلسطينية خلال الانقسام؟

1. محايد ☐ 2. متحزب ☐ 3. لا دور ☐ 4. لا رأي ☐

21. ما هو رأيك في دور المحطات الفضائية الفلسطينية خلال الانقسام؟

1. محايد ☐ 2. متحزب ☐ 3. لا دور ☐ 4. لا رأي ☐

22. ما هو رأيك في دور الصحف والمواقع الإلكترونية خلال الانقسام؟

1. محايد ☐ 2. متحزب ☐ 3. لا دور ☐ 4. لا رأي ☐

23. ما هو التنظيم الذي تنتمي إليه؟

1. فتح ☐ 2. حماس ☐ 3. الجهاد ☐ 4. الجبهة الشعبية ☐

5. الجبهة الديمقراطية ☐ 6. مستقل ☐ 7. غير ذلك ☐