



صورة مصر في موقع وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021 (دراسة تحليلية)

The image of Egypt on the website of the Palestinian news agency Wafa during the Israeli aggression on Palestine, May 2021 (An analytical study)

توفيق عبد العزيز محمد أبو جراد*1

Tawfiq Abdelaziz Mohammed Abujrad*1

¹ محاضر بجامعة غزة

¹Lecturer at the University of Gaza

تاريخ النشر: 2023/07/27

تاريخ القبول: 2022/11/21

تاريخ الاستلام: 2022/4/10

المستخلص: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف للتعرف على صورة مصر كما تشكلها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا، والتعرف على الشخصيات المحورية في صناعة الأحداث، والسمات العامة لصورة مصر فيها وقد استخدمت الدراسة منهج المسح التحليلي للحصول على المعلومات حيث استخدمت أداة تحليل المضمون لتحليل المواد الصحفية المنشورة على الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021، وقد توصلت الدراسة إلى أن الدعم السياسي المصري لفلسطين كان في صدارة الموضوعات السياسية التي قدمتها وكالة وفا، وأن صورة مصر كانت إيجابية بنسبة (99.1%)، وأن القيادات المصرية تصدرت الشخصيات المحورية في الأخبار المنشورة على الموقع الإلكتروني المتعلقة بمصر تليها الشخصيات الحكومية الفلسطينية، كما أن الهدف من اعتمادت وكالة الأنباء الفلسطينية وفا على النصوص فقط بنسبة (78.5%) فيما استخدمت النصوص مقرونة بصورة بنسبة (21.5%). وأوصت الدراسة بالتركيز أكثر على الأحداث من مدينة القدس وإبراز التصريحات الصادرة من القيادات الفلسطينية في القدس، كذلك العمل على توسعة تغطية الأخبار المتعلقة بالقدس من داخل قطاع غزة.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، وكالة الأنباء الفلسطينية وفا، مصر.

Abstract : This study is one of the descriptive studies that aims to identify the image of Egypt as formed by the Palestinian News Agency, and to identify the central figures in the manufacture of events, and the general features of the image of Egypt as formed by the Palestinian News Agency. The study used the analytical survey method to obtain information, as the content analysis tool was used to analyze all the news published on the website of the Palestinian News Agency during the Israeli aggression on Palestine in May 2021, and the study concluded that the Egyptian political support for Palestine was at the forefront of the political issues presented by Wafa Agency, and that Egypt's image was positive by (99.1%), and that The Egyptian leaders topped the central figures in the news published on the website related to Egypt, followed by the Palestinian government figures. The goal of the published news focused on highlighting the Egyptian role supporting Palestine in the second place and then emphasizing the strength of Egypt. The Palestinian News Agency relied on the texts only with a percentage of (78.5%), while texts were used in conjunction with a picture (21.5%) (The study recommended focusing more on

the events in the city of Jerusalem and highlighting the statements issued by the Palestinian leaders in Jerusalem, as well as working to expand the coverage of news related to Jerusalem from within the Gaza Strip

Keywords: Mental image, Palestinian News Agency, Egypt.

المقدمة:

أصبح الاتصال الجماهيري قوة هائلة في حياة المجتمعات المعاصرة، فأطلق على عصرنا هذا عصر الاتصال، الذي أصبح تأثيره يطال الأفراد والجماعات والأحزاب السياسية والحكومات والدول (إسماعيل، 2003) ويمثل الاتصال القلب النابض لأي دولة أو منظمة مهما كانت طبيعتها، وقد اكتسبت الدول دوراً مهماً في التأثير على الرأي العام المحلي والدولي، وتحقيق التواصل الاجتماعي والسياسي بين طوائف المجتمع المحلي والدولي، ويعتمد ذلك اعتماداً كاملاً على كفاءة الأنشطة الاتصالية في تحديد أهدافها وتحقيقها. (الحديدي واللبنان، 2009).

تمتلك فلسطين أدوات اتصالية كبيرة من خلال وسائل إعلامها الكثيرة وأيضاً الوسائل الاتصالية عبر السفارات ومكاتب الحركات الفلسطينية التي تنتشر مكاتبها في كثير من الدول. ويعد الإعلام الرسمي الفلسطيني التي تعتبر وكالة الأنباء الفلسطينية وفا جزءاً منه أحد المصادر المهمة للأخبار الذي يعتمد عليها الجمهور و أنشأت الوكالة تطبيقاً للقرار الصادر عن اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية بتاريخ 1972/6/5، كهيئة مستقلة مرتبطة هيكلياً وسياسياً وإدارياً برئاسة اللجنة التنفيذية للمنظمة، لتتولى مهمة التغطية الإعلامية لمواجهة الدعاية المعادية ولتكون منبراً مستقلاً يتولى نقل الأحداث الوطنية بعيداً عن أي وصاية أو تبعية (موقع وكالة وفا، 2022).

ولا ترجع الأهمية المتزايدة للدول لدورها الداخلي فحسب، وإنما لقوة دورها في التأثير على الحياة السياسية في المجتمعات الأخرى، ويؤكد كثير من الباحثين على تزايد أهمية الاتصال العام للدول، نظراً لطبيعة تلك الدول التي تسعى إلى بناء جسور الثقة مع الجمهور، وقدرتها على كسب تأييدهم ومن ثم التأثير على قرار حكوماتهم.

ونظراً لأهمية صورة جمهورية مصر العربية لدى الرأي العام، ودورها المؤثر في تشكيل اتجاهاته وآرائه نحوها، وتقييمه لفعاليتها وجدواها، وحكمه على كفاءة إنجازاتها، واتخاذ مواقف تجاهها، وضرورة اعتناء مصر كونها الدولة المحورية الأكبر في الشرق الأوسط بصورتها بشكل مستمر إذا أرادت النجاح والاستمرار، يؤكد خبراء برامج الصورة الذهنية أنه كلما كانت الدول المحورية كمصر صاحبة مبادرة في نشر رسالتها، كلما تمتعت بفرصة أفضل بالتأثير على الرأي العام، فأليات المبادرة وإبراز الإيجابيات لا غنى عنها لمواجهة أي تشويه للصورة من الممكن أن تقوم بها الآلة الإعلامية المنافسة، أو دولة أخرى تريد تشويه صورة مصر لدى الرأي العام (راضي، 2008).

ونظراً لأهمية القضية الفلسطينية كونها القضية الأولى عربياً وإقليمياً تعمل وسائل الإعلام الفلسطينية على تشكيل صورة ذهنية للدول الفاعلة في ساحتها من خلال التأثير على الرأي العام الفلسطيني، تعمل هذه الدراسة لمعرفة جوانب الصورة الذهنية لمصر لدى أكبر المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وهي وكالة الأنباء الفلسطينية وفا من خلال موقعها الإلكتروني، ودراسة أوجه التأثير في الصورة والعوامل التي أدت إلى تشكيل هذه الصورة.

الدراسات السابقة

1. دراسة صباح أنور (2020)

هدفت الدراسة للتعرف على صورة القوى السياسية العراقية لدى جمهور النخبة العراقية، والتعرف على الدور الذي مارسته هذه القوى لتحسين صورتها الذهنية لدى الجمهور، وتم اختيار عينة عمدية قوامها (200) مفردة، موزعين على (50) مفردة لكل من أساتذة الجامعات، ورجال الدين، والإعلاميين، والعسكريين. وأكدت الدراسة أن وسائل الإعلام الخاصة بالقوى السياسية العراقية أثرت بشكل كبير على تحسين صورة هذه القوى لدى الجمهور.

2. دراسة علاء الدين الغرابوي (2017)

هدفت الدراسة للتعرف على الصورة الذهنية لمصر من خلال مدركات السائحين الأجانب والتعرف على أبعادها، والتعرف على أبعاد الصورة على محددات العلاقة طويلة الأمد المتمثلة في الرضا والثقة والالتزام وتم اختيار عينة عشوائية من الباحثين تقدر (470) سائحاً زاروا مصر، وأكدت الدراسة ان السائحين راضون على مستوى الخدمات المقدمة وان صورة مصر إيجابية لديهم وان الصورة الذهنية الإيجابية أثرت على مدى ثقتهم والتزامهم والعمل على زيارة مصر مرة أخرى.

3. دراسة نجاح أبو سلطان (2016):

هدفت الدراسة لمعرفة أبرز الأدوار الاتصالية للدبلوماسية العربية في دعم الصورة الذهنية للدول والوسائل الاتصالية المستخدمة وتم اختيار عينة من الجمهور المصري قوامها (400) مفردة، وعينة من السفارات العربية في مصر قوامها (6) سفارات، وتم اختيار أداة المقابلة، وصحيفة الاستبيان من أجل الحصول على المعلومات والبيانات. وبينت نتائج الدراسة ان المملكة السعودية تصدرت بالمرتبة الأولى لدى المبحوثين حول ملامح الصورة الذهنية لدى الجمهور العربي كدولة صديقة بنسبة (100%)، فيما كانت فلسطين كدولة صديقة بنسبة (49%) وهي في المرتبة الأولى كدولة يسعى شبابها للهجرة بسبب عدم الاستقرار بنسبة (62%).

4. دراسة نجم عيد العيساوي (2015)

هدفت الدراسة لمعرفة مدى تأثير أو إسهام بعض العوامل في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي لدى الإعلاميين العراقيين المقيمين في عمان، واستخدمت الدراسة منهج البحث الميداني، وأداة الاستبانة من أجل الحصول على المعلومات من عينة قوامها (120) إعلامياً عراقياً كعينة للدراسة الميدانية. وبينت نتائج الدراسة أن الأحزاب السياسية تركز على العناصر القديمة في المهام القيادية، وتعتمد في القرارات على المؤسسين والمقربين منهم، وأن صورة الحزب السياسي العراقي سلبية إلى حدٍ ما، وشكل تاريخ الحزب السياسي ومواقفه الوطنية عاملاً مهماً في تحسين الصورة الذهنية للإعلاميين العراقيين.

5. دراسة منى عمران (2014)

هدفت الدراسة لمعرفة صورة مصر لدى المراهقين المصريين المغتربين من خلال تعرضهم للقناة المصرية الأولى، ومعرفة مدى نجاح القناة المصرية في بناء علاقة وطيدة بين المراهقين المصريين في الغربية ومجتمعهم المصري، وتم تطبيق الدراسة على عينة من المراهقين المغتربين قوامها (100) مراهقاً تتراوح أعمارهم بين 13-18 عاماً وتوصلت الدراسة الى أن المراهقين الذين يتابعون القناة المصرية هم الأكثر تأثراً بتكوين صورة ذهنية واضحة عن مصر، وان أهم العوامل المؤثرة في تشكيل صورة مصر لديهم كان تاريخ وحضارة مصر.

6. دراسة عبيد الله وحيد الله (2013)

هدفت الدراسة للتعرف على صورة أفغانستان لدى الشباب العربي، وتم اختيار عينة من الجمهور قوامها (400) مفردة من طلبة الجامعات، كما أجريت الدراسة على الصحف القومية، وجريدة الشرق الأوسط، والمصري اليوم، وجريدة الشروق، والتلفزيون المصري، وقناة النيل للأخبار، وقام الباحث بتجميع المعلومات عن طريق استمارة استقصاء. وبينت نتائج الدراسة أن المبحوثين ينظرون إلى الحكومة الأفغانية نظرة سلبية، وهي نتيجة طبيعية لبعض ممارسات الحكومة الأفغانية التي تتسم بالسلبية.

7. دراسة (Fitzpatrick 2008)

هدفت الدراسة لمعرفة صورة الولايات المتحدة الأمريكية بعد أحداث 11 سبتمبر، ودور الوكالة الأمريكية للإعلام في تحسين الصورة الذهنية لها، وتم اختيار عينة عمدية قوامها (100) خبيراً في الدبلوماسية الأمريكية، و استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وبينت نتائج الدراسة أن الصورة الذهنية المشكّلة للولايات المتحدة لدى الجمهور صورة سلبية، وأن أسوأها كانت لدى الجمهور في الشرق الأوسط، وأن الولايات المتحدة الأمريكية عيّنت الآلاف من متخصصي الدبلوماسية في أكثر من (175) دولة، ولم تُفلح في تحسين صورتها.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسات العلمية السابقة جميعها على أهمية دور وسائل الاعلام المختلفة في التأثير على الصورة الذهنية المنطبعة لدى الجمهور، وأن الجمهور يتابع وسائل الاعلام بأدواته المختلفة.
- على الرغم من أهمية النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات العلمية السابقة إلا أنه لا توجد من بين هذه الدراسات ما قام بتحليل مضمون وسائل الإعلام ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لمصر مما يعطي لموضوع الدراسة المزيد من الأهمية.
- لم نجد دراسات علمية سابقة تربط بين المواقع الالكترونية الفلسطينية أو وسائل إعلام فلسطينية وبين الصورة الذهنية لجمهورية مصر العربية مما يعطي لموضوع الدراسة أهمية.
- ركزت الدراسات السابقة على منهج المسح الميداني بينما ركزت الدراسة على تحليل مضمون وكالة الانباء الفلسطينية وفا مما يعطي قوة للبحث.
- اتفقت الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة في بحثها عن طبيعة صورة مصر حيث اتفقت مع دراسة (علاء الدين الغرباوي) ودراسة (منى عمران) في تشكيل صورة إيجابية لمصر عبر وسائل الاعلام
- عملت العديد من الدراسات عن بحث صورة الدول بينما بعض الدراسات ركزت على صورة الأحزاب السياسية.
- الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال دراسة الباحث للدراسات السابقة استطاع وضع تصور شامل للعوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للدول وكذلك استطاع الإلمام بالمنهج المتبعة في الدراسات وكذلك عملية التوثيق.

مشكلة الدراسة:

تؤثر وسائل الاتصال على صورة الدول لدى الجمهور المتعامل معها، أو لدى الجمهور بشكل عام، ومع تزايد الاهتمام بدراسة الصورة الذهنية عن الدول والشعوب المختلفة، والدور الذي تقوم به وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية تتضح الحاجة إلى رصد وتوصيف الصورة الذهنية لجمهورية مصر العربية، باعتبارها الدولة المحورية الأكبر في الشرق الأوسط لما لها من تأثيرات كبيرة في الساحة الفلسطينية والساحة الدولية، لذلك كان لزاماً على القوى المؤثرة في فلسطين أن تقوم بتشكيل صورة الدول والجماعات وفق سياساتها وعلاقاتها الاستراتيجية، وأن تعمل على تشكيل صورتها وفق أسس علمية صحيحة في ظل قلة الدراسات العلمية التي تناولت صورة جمهورية مصر العربية لدى المجتمعات العربية وخصوصاً في فلسطين رغم أهميتها. وعليه يمكن تحديد المشكلة البحثية في التساؤل ما طبيعة صورة مصر في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021.

أهداف الدراسة:

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

1. التعرف إلى الصورة الذهنية لمصر كما تشكلها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي.
2. معرفة القضايا المتعلقة بمصر التي تركز عليها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021.
3. التعرف إلى الشخصيات المحورية في صناعة الأحداث التي قامت بتغطيتها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي المتعلقة بمصر.
4. تحديد المواقع الجغرافية الأكثر بروزاً في الأخبار المتعلقة بمصر التي قامت بتغطيتها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي.
5. تحديد سمات صورة مصر في الأخبار التي قامت بتغطيتها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي.
6. التعرف إلى مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا في الحصول على المعلومات عن مصر خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021.
7. التعرف على حجم تغطية وكالة الأنباء الفلسطينية وفا للقضايا المتعلقة بمصر خلال العدوان الإسرائيلي مايو 2021.

أسئلة الدراسة:

قام الباحث بوضع عدد من التساؤلات التي ستجيب عليها نتائج الدراسة التحليلية المطبقة على الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الفلسطينية وفا وهي:

1. ما هي صورة مصر التي شكلتها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال تغطيتها للعدوان الإسرائيلي على فلسطين في مايو 2021؟
2. ما القضايا المتعلقة بمصر التي تركز عليها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021؟
3. ما هي الشخصيات التي ركزت عليها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا أثناء تغطيتها للقضايا المتعلقة بمصر خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021؟
4. ما هي المواقع الجغرافية الأكثر بروزاً في الأخبار المتعلقة بمصر التي قامت بتغطيتها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي مايو 2021.
5. ما سمات الصورة الذهنية المتعلقة بمصر التي تناولتها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021؟
6. ما المصادر التي ظهرت في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا المتعلقة بأخبار جمهورية مصر العربية خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021؟
7. ما مدى تغطية وكالة الأنباء الفلسطينية وفا للأحداث المتعلقة بجمهورية مصر العربية والتي لها علاقة بالقضية الفلسطينية خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021؟

إجراءات الدراسة:

تتمثل إجراءات الدراسة الحالية وطريقتها في الآتي:

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، وتوظفه ببعده التحليلي فيما يتعلق بتحليل الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الفلسطينية وفا، وتعتبر أداة تحليل المضمون من الأساليب المهمة في استخلاص نتائج دقيقة في التعبير عن الظاهرة (حسين، 2006).

مجتمع الدراسة:

يعتبر كافة الأخبار المتعلقة بجمهورية مصر العربية المنشورة عبر وكالة الأنباء الفلسطينية وفا مجتمعاً للدراسة حيث اختار الباحث الأول من مايو عام 2021 وهو بداية الأحداث المتعلقة بتهجير أهالي الشيخ جراح في مدينة القدس، حيث كان ذلك بداية التحركات الدولية والعربية من أجل وقف الاعتداءات الإسرائيلية بحق أهالي هذا الحي وكان لجمهورية مصر العربية الدور الكبير في حشد الرأي العام الدولي تجاه ذلك، وانتهى الباحث يوم 30 يونيو بعد انتهاء اجتماعات القوى والفصائل الفلسطينية في القاهرة بعد العدوان.

عينة الدراسة:

ترتبط بحوث المسح بنظام العينات، حتى أن الكثير من الباحثين يطلقون عليه المسح بالعينة (The Sample Survey)، ونظام العينات يسمح للباحث بإستنتاج خصائص عدد كبير جداً من المفردات (عبد الحميد، 1993). واختار الباحث عينة تحليل المضمون وهو الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الفلسطينية وفا حيث قام الباحث بمسح شامل لكافة الرسائل الاتصالية المتعلقة بجمهورية مصر العربية التي قامت بنشرها وكالة وفا، حيث قام الباحث بمسح شامل لموقع الوكالة في الفترة الزمنية من الأول من مايو 2021 وحتى 30 يونيو 2021.

أداه الدراسة:

استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون كأداة للدراسة حيث تعتبر استمارة تحليل المضمون إحدى أدوات جمع المعلومات والبيانات الأساسية خصوصاً في بحوث الإعلام (حسين، 1999).

وكالة الأنباء الفلسطينية وفا

وكالة الأنباء الفلسطينية وتعرف اختصاراً بـ"وفا". وقد أنشأت في نيسان / أبريل عام 1972 تطبيقاً للقرار الصادر عن المجلس الوطني الفلسطيني في دورته الاستثنائية المنعقدة في القاهرة. ثم صدر قرار اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية بإنشاء وكالة الأنباء الفلسطينية 'وفا'، بتاريخ 1972/6/5. كهيئة مستقلة مرتبطة هيكلياً وسياسياً وإدارياً برئاسة اللجنة التنفيذية للمنظمة، لتتولى مهمة التعبئة الإعلامية والتصدي مواجهة الدعاية المعادية ولتكون منبراً مستقلاً يتولى نقل الأحداث الوطنية بعيداً عن أي وصاية أو تبعية، وهذا القرار هو الإطار القانوني الذي يحكم عمل الوكالة حتى اليوم. تركز عمل وكالة وفا منذ تأسيسها على نقل الخبر الفلسطيني، وخصوصاً البلاغات العسكرية الصادرة عن القيادة العامة لقوات الثورة الفلسطينية، لكن هذا العمل توسع، ليشمل تغطية الأحداث الوطنية على تنوعها وأخبار تجمعات الشتات الفلسطيني، ونقل كل ما له علاقة بالقضية الفلسطينية. (موقع وفا، 2022)

عرض النتائج ومناقشتها:

إن الجداول التالية توضح نتائج الدراسة التحليلية التي طبقت على الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الفلسطينية وفا من الفترة بين الأول من مايو 2021 وحتى 30 يونيو 2021 وهي الفترة ما بين بداية أحداث القدس وقرار تهجير أبناء حي الشيخ جراح مروراً بالعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة وحتى انتهاء جولات الحوار الفلسطيني في القاهرة.

جدول رقم (1) حجم الاخبار المتعلقة بمصر من إجمالي التغطية

التغطية	المجموع	النسبة المئوية
إجمالي التغطية	3204	%100
الأخبار المتعلقة بمصر	121	%3.8

تشير نتائج الجدول السابق أن نسبة الأخبار المتعلقة بمصر في الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الفلسطينية وفا كانت (3.8%) من إجمالي التغطية، ويرى الباحث بأن هذه النتيجة كبيرة بالمقارنة بالحجم الكبير لتغطية الأخبار المحلية والدولية وكل ما يتعلق بالقضية الفلسطينية، أن العدد الإجمالي للأخبار كان (121) خبر في شهرين بواقع (2.01) خبراً يومياً، وهذا يؤكد اهتمام الوكالة بجمهورية مصر العربية وبالذور الكبير الذي تقوم به تجاه القضية الفلسطينية.

جدول رقم (2) القضايا التي تناولتها وكالة الانباء الفلسطينية وفا

القضايا	الموضوعات	المجموع	النسبة
القضايا السياسية	الدعم السياسي المصري لفلسطين	28	%23.1
	دور مصر في حشد الدعم الدولي لفلسطين	23	%19
	تفاعل مصر مع الأحداث في القدس	20	%16.5
	الدعم العربي لفلسطين من خلال مصر	17	%14
	العلاقات المصرية الفلسطينية	12	%9.9
	جهود مصر في وقف إطلاق النار	12	%9.9
	متابعة مصرية للأوضاع في فلسطين	12	%9.9
	محورية الدور المصري عربياً	8	%6.6
	جهود مصر في إتمام المصالحة الفلسطينية	5	%4.1
	زيارة عباس كامل لفلسطين	1	%0.8
	المجموع	138	%113.8
القضايا الاقتصادية	المساعدات المصرية الإنسانية لغزة	19	%15.7
	الدعم الطبي المصري لفلسطين	7	%5.8
	دور مصر في إعادة إعمار غزة	5	%4.1
	المجموع	31	%25.6
أخرى	الدعم الثقافي المصري لفلسطين	5	%4.1
	الحرب المصرية على الإرهاب	2	%1.7
	المجموع	7	%5.8
	المجموع الكلي	176	%145.2

تشير نتائج الجدول السابق بأن الموضوعات السياسية استحوذت على نسبة كبيرة من الأخبار التي قامت وكالة الأنباء الفلسطينية وفا بنشرها عبر موقعها الإلكتروني، وأن الدعم السياسي المصري لفلسطين يتصدر الموضوعات السياسية بنسبة (23.1%)، فيما احتل دور مصر في حشد الدعم الدولي لفلسطين في المرتبة الثانية بنسبة (19%)، وكان الموضوعات المتعلقة بتفاعل مصر مع الأحداث في القدس في المرتبة الثالثة بنسبة (16.5%)، وفي المرتبة الرابعة كان الدعم العربي لفلسطين من خلال مصر بنسبة (14%).

وتتوافق هذه النتيجة أن القضايا السياسية تصدر الموقع الإلكتروني مع دراسة (جراد، 2013) بأن القضايا السياسية تصدر المواقع الإلكترونية الإخبارية بنسبة (93%)، وأيضاً تتوافق مع دراسة (البننا، 2015) التي تؤكد بأن القضايا السياسية تحتل مكانة رئيسة بنسبة (85%) من مجمل القضايا في الصحف الفلسطينية، ثم تأتي القضايا الثقافية بنسبة (7%)، ثم القضايا الاقتصادية بنسبة (5%)

ومن خلال النتائج نرى هذه القضايا الأربعة من أكثر الموضوعات التي تمت تغطيتها والاهتمام بها حيث ركزت المؤسسات المصرية على إظهار دعمها السياسي للقضية الفلسطينية، وكان لافتاً الدور المصري في حشد الدعم الدولي من خلال المؤسسات الدولية لدعم القضية الفلسطينية، وأن متابعة الأحداث في القدس كان واضحاً من خلال التضامن المصري مع المواطنين في حي الشيخ جراح والمطالبة من خلال المؤسسات الدولية لوقف إعتداءات المستوطنين على المواطنين الفلسطينيين.

ومن خلال النتائج نرى بأن وكالة الأنباء الفلسطينية وفا لم تعطي اهتماماً بزيارة اللواء عباس كامل إلى غزة ولم تقم بتغطية ردود الفعل الفلسطينية على نتائج الزيارة حتى أن تصريحات قيادات فتحاوية في غزة كانت غائبة عن التغطية المتعلقة بزيارة رئيس المخابرات المصرية ما عدى خبر واحد فقط كان عن زيارة مدير المخابرات الى رام الله والتقائه بالسيد الرئيس محمود عباس.

تشير نتائج الجدول السابق بأن الموضوعات الاقتصادية استحوذت على المرتبة الثانية من إجمالي تغطية الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الفلسطينية وفا، كما أن موضوعات المساعدات الإنسانية المصرية لغزة مازالت تترتب على قمة الموضوعات الاقتصادية التي اهتمت بها الوكالة بنسبة (15.7%)، فيما كانت في المرتبة الثانية الدعم الطبي المصري بنسبة (5.8%)، وفي المرتبة الثالثة كان إعادة اعمار غزة بنسبة (4.1%).

والجدول يوضح بأن النسبة المئوية تعدت الـ 100% وذلك بسبب أن بعض المواد الإعلامية المنشورة على وكالة الأنباء الفلسطينية وفا تضمنت أكثر من موضوع وفي بعض الأحيان يكون الخبر يضمن مواضيع سياسية وأخرى اقتصادية وهكذا مما جعل النسبة تتعدى الإجمالي العام من المواد الإخبارية.

ومن خلال النتائج نرى بأن المساعدات الإنسانية المصرية كان لها الدور الكبير في إبراز الدور المصري وتشكيل صورة مصر لدى الجمهور الفلسطيني حيث تعددت مصادر التمويل فركزت الوكالة على تغطية كافة المساعدات القادمة من مشيخة الأزهر الشريف وكذلك صندوق تحيا مصر والهلال الأحمر المصري والمؤسسات الأخرى لذلك كان واضحاً حجم التغطية وأن الوكالة تعمدت إبراز هذا الدور.

ويرى الباحث بأن عدم وجود أهمية لدى الوكالة في تغطية التصريحات أو الأخبار المتعلقة بإعادة الأعمار نابعاً عن عدم توافق الفصائل الفلسطينية على آليات الإعمار والجهات المسؤولة عن ذلك، وهذا كان واضحاً من خلال فشل الحوار الفلسطيني في القاهرة وتعهد القاهرة عدم الحديث في فشل اللقاء مما قلل بنسبة كبيرة التغطية الخاصة بهذا الموضوع.

جدول رقم (3) مصدر الأخبار المتعلقة بمصر في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا			
م	المصدر	المجموع	النسبة المئوية
1	مصدر خاص بالوكالة	60	49.6%
2	بيانات صحفية	41	33.9%
3	وسائل إعلام مصرية	10	8.3%
4	وسائل إعلام محلية	7	5.8%
5	وسائل إعلام خارجية	3	2.4%
	المجموع	121	100%

تشير نتائج الجدول السابق أن المصادر الخاصة بوكالة الأنباء الفلسطينية وفا تتصدر مصادر الأخبار المتعلقة بمصر بنسبة (49.6%) حيث تعتمد الوكالة بشكل كبير على مصادرها الخاصة المتمثلة بالمراسلين والمندوبين ومديري مكاتبها المنتشرة في فلسطين والخارج، فيما تعتمد على البيانات الصحفية الصادرة من المؤسسات والحكومات والمؤسسات بنسبة (33.9%)، تليها في المرتبة الثالثة وسائل الإعلام المصرية بنسبة (8.3%)، تليها في المرتبة الرابعة وسائل الإعلام المحلية بنسبة (5.8%)، وفي المرتبة الأخيرة وسائل الإعلام الخارجية بنسبة (2.4%) وهذه النتائج مؤشر مهم على اعتماد وكالة الأنباء الفلسطينية وفا على نفسها في الحصول على المعلومات والتصريحات، ويعزو ذلك الباحث لوجود مكاتب للوكالة في كافة محافظات الوطن وكذلك في جمهورية مصر العربية وفي كثير من البلدان العربية والدولية.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (أبو جراد، 2020) حيث أكدت نتائجها بأن وسائل إعلام حركة فتح تعتمد على مصادرها الخاصة بنسبة (63.5%) في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية كان اعتمادها على وسائل اعلام محلية بنسبة (17%)، فيما كانت في المرتبة الأخيرة وسائل إعلام خارجية بنسبة (1.5%).

ومن خلال النتائج نرى أن الوكالة لا تعتمد على مصادر خارجية بشكل كبير وأن مصادرها كافية ولكن فيما يتعلق بوسائل الإعلام المحلية ومن خلال تحليل الباحث نجد بأن هناك وسيلتين فقط تم الاعتماد عليهما كمصادر محلية وهي تلفزيون فلسطين وكذلك صوت فلسطين وهي مؤسستين حكوميتين يتبعان لنفس الإطار الإعلامي لوكالة وفا وهو الإعلام الحكومي.

جدول رقم (4) الموقع الجغرافي للأخبار المتعلقة بمصر في وكالة الانباء الفلسطينية وفا

م	الموقع الجغرافي	التكرار	النسبة
1	جمهورية مصر العربية	90	74.4%
2	الضفة الغربية	17	14%
3	قطاع غزة	8	6.6%
4	الخارج	6	5%
5	القدس	0	0.0%
	المجموع الكلي	121	100%

أشارت نتائج الجدول السابق أن الأخبار التي محورها الجغرافي داخل جمهورية مصر العربية بالمرتبة الأولى في تغطية وكالة الانباء الفلسطينية وفا بنسبة (74.4%)، وفي المرتبة الثانية جاءت الضفة الغربية بنسبة (14%)، فيما كان قطاع غزة بنسبة (6.6%)، والأخبار التي محورها الخارج كانت بنسبة (5%)، فيما كان نصيب القدس خالياً من الاخبار والتصريحات الصادرة منها، حيث أن وكالة الأنباء الفلسطينية وفا لم تنشر أي خبر أو تقرير صادر من قيادات فلسطينية داخل القدس متعلقاً بالجهود المصرية.

من خلال النتائج يرى الباحث بأن غالبية الاخبار كان موقعها الجغرافي من مصر أي أنها كانت من شخصيات أو مؤسسات أو وزارت داخل جمهورية مصر العربية وأن وكالة وفا تهتم بهذه الجهود المصرية وترى في إبرازها مصلحة فلسطينية ضمن السياسة العليا للحكومة الفلسطينية، والملفت أيضاً بأن الأخبار الصادرة من الضفة الغربية أكثر من نظيرتها في قطاع غزة مما يعني بأن الشخصيات أو المؤسسات في الضفة كان لها مساحة كبيرة في التعبير عن الدور المصري تجاه القضية الفلسطينية رغم أن العدوان الإسرائيلي كان أكبر في قطاع غزة والمساعدات الإنسانية المصرية تركزت في قطاع غزة إلا أن الأخبار الصادرة من غزة كانت قليلة. ويعزو الباحث ذلك لأن الشخصيات والمؤسسات التي تصدرت الأخبار في غزة كانت للحركات التي تختلف سياسياً مع السلطة الفلسطينية ومنظمة التحرير التابعة لها وكالة وفا مما يجعل الوكالة لا تغطي فعاليتهم وأنشطتهم، كما ان الحكومة المصرية مجبرة على التعامل مع سلطة الأمر الواقع في غزة وبذلك أن المشهد الإعلامي في قطاع غزة مسيطر عليه إلى حد كبير من خلال شخصيات سياسية ومؤسسات

وحتى الوزارات في ظل الانقسام الفلسطيني تسيطر عليها حركة حماس مما جعل وكالة الأنباء الفلسطينية وفا لا تركز كثيراً على الأخبار التي موقعها الجغرافي قطاع غزة.

جدول رقم (5) الشخصيات المحورية في الأخبار المتعلقة بمصر في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا

م	الشخصيات المحورية	التكرار	النسبة المئوية
1	قيادات مصرية	58	47.9%
2	شخصيات حكومية فلسطينية	24	19.8%
3	شخصيات دولية وعربية	19	15.7%
4	السفير ذيب اللوح	11	9.1%
5	الرئيس عبد الفتاح السيسي	11	9.1%
6	شيخ الأزهر أحمد الطيب	10	8.3%
7	الرئيس محمود عباس	7	5.8%
8	مستشار الرئيس محمود الهباش	5	4.1%
9	اللواء عباس كامل	5	4.1%
10	قيادات فتحاوية	4	3.3%
11	المستشار الثقافي ناجي الناجي	3	2.5%

تؤكد نتائج الجدول السابق أن الشخصيات المصرية القيادية يتصدروا الشخصيات التي اهتمت بها وكالة الأنباء الفلسطينية وفا من خلال موقعها الإلكتروني بنسبة (47.9%) وقاربت على نصف الشخصيات المحورية في الأخبار المتعلقة بمصر، ورغم أن هذه الشخصيات لا تتضمن شيخ الأزهر والرئيس السيسي واللواء عباس كامل بسبب تخصيص أسمائهم بشكل منفرد، وأن هذا العدد كبير جداً يؤكد على اهتمام الوكالة بمتابعة تصريحات كافة القيادات المصرية والملفت من خلال متابعة الباحث أن الوزير سامح شكري وزير الخارجية كان له نصيب الأسد ضمن الشخصيات القيادية المصرية.

وقد جاء في المرتبة الثانية الأخبار التي تنشر بدون شخصيات بنسبة (22.3%)، كإصدار البيانات عن جهات مصرية وهذا ملفت بشكل كبير من خلال البيانات الصادرة عن وزارت مصرية وجمعيات ومؤسسات ووزارات وتخلو من شخصيات محورية حيث كان التركيز على المؤسسة والهدف المنشود من الرسالة الإعلامية للبيان.

وجاء في المرتبة الثالثة الشخصيات الحكومية الفلسطينية بنسبة (19.8%)، وركزت الأخبار على فعاليات الوزراء في حكومة الدكتور محمد اشتية وجهود وكيل وزارة الاعلام الفلسطينية يوسف المحمود وبعض الوفود الحكومية إلى مصر، وتصريحات الوزراء الداعمة للموقف المصري الداعم للقضية الفلسطينية.

وفي المرتبة الرابعة كانت الشخصيات العربية والدولية بنسبة (15.7%)، وتركزت هذه النسبة من خلال الدور المصري عربياً ودولياً في حشد الدعم للقضية الفلسطينية حيث التقى وزراء مصريين مع كثير من الشخصيات الدولية والعربية من أجل تضافر الجهود لوقف إطلاق النار في فلسطين والدعم السياسي والإنساني للشعب الفلسطيني.

وجاء في المرتبة الخامسة السفير الفلسطيني في جمهورية مصر العربية السفير ذياب اللوح بنسبة (9.1%) وهذه نتيجة ملفتة عن الدور الكبير الذي قامت به سفارة فلسطين بالقاهرة للتواصل مع الجهات المصرية من أجل التعاون في دعم الشعب الفلسطيني، وكان في نفس المرتبة الرئيس عبد الفتاح السيسي بنسبة (9.1%).

ويرى الباحث بأن الشخصيات القيادية الفتحاوية كانت شبة غائبة عن المشهد حيث كانت في مراتب متأخرة بنسبة (3.3%) في الأخبار المتعلقة بمصر، وهذا مؤشر على عدم الاهتمام بما يحدث أو أن هناك خلافات ميدانية بينها وبين الفصائل الأخرى مما استدعى عدم التصريحات فيما يتعلق بالدور المصري في هذه الفترة.

جدول رقم (6) اتجاه الأخبار المتعلقة بمصر في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا

م	الاتجاه	المجموع	النسبة المئوية
1	إيجابي	119	98.4%
2	سلي	0	0.0%
3	غير محدد	2	1.6%
المجموع الكلي		121	100%

توضح نتائج الجدول السابق أن اتجاه الأخبار المطروحة في الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الفلسطينية وفا كان إيجابياً بنسبة (98.4%)، فيما كان الاتجاه غير محدد بنسبة قليلة وهي (1.6%)، فيما لم يسجل أي خبر ذات اتجاه سلبي وهذا نابع بأن الوكالة تعبر عن وجهة نظر الحكومة الفلسطينية التي تعتبر مصر دولة محورية صديقة لا يمكن التصريح ضد أي ممارسة تقوم بها.

وتختلف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة اهتمت باتجاه الصحف المصرية تجاه حركة حماس الفلسطينية حيث أكدت دراسة (عياش، 2015) أن اتجاه الصحف المصرية تجاه حركة حماس تفاوتت حسب توجه الوسيلة، حيث كان الاتجاه سلبياً في جريدة الأهرام بنسبة (36.5%)، وإيجابياً بنسبة (16%) فقط، فيما كان الاتجاه سلبياً في جريدة المصري اليوم بنسبة (53.7%)، وإيجابياً بنسبة (11.9%) بينما كان اتجاه الأخبار في جريدة الحرية والعدالة التابعة للإخوان المسلمين التي تعتبر حماس جزءاً منها إيجابياً بنسبة (76%)، ولم نشهد أي اتجاه سلبي تجاه حركة حماس في تغطيتها.

جدول رقم (7) أساليب الإقناع المستخدمة في الأخبار المتعلقة بمصر في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا

م	أساليب الإقناع المستخدمة	وفا	النسبة المئوية
1	تأثير رأي الأغلبية	35	28.9%
2	ترتيب الحجج الإقناعية	31	25.6%
3	وضوح الأهداف	26	21.5%
4	تقديم أدلة وبراهين	25	20.7%
5	عرض جانب واحد	4	3.3%
المجموع الكلي		121	100%

أسفرت نتائج الجدول السابق على أن أساليب الإقناع المستخدمة بالدرجة الأولى تأثير رأي الأغلبية بنسبة (28.9%)، فيما كان في المرتبة الثانية ترتيب الحجج الإقناعية بنسبة (25.6%) ووضوح الأهداف في الدرجة الثالثة بنسبة (21.5%)، وتقديم أدلة وبراهين بنسبة (20.7%) في الدرجة الرابعة أما في المرتبة الأخيرة كان عرض جانب واحد بنسبة (3.3%).

ومن خلال النتائج يتضح بأن الأخبار كانت عبارة عن حقائق دامغة لا تقبل التأويل بالنسبة للحق الفلسطيني في الدفاع عن نفسه والحفاظ على ممتلكاته في ظل الهجمة المنظمة من الاحتلال لذلك كانت غالبية التصريحات عبارة عن رأي يتفق عليه الأغلبية من المجتمعات العربية والدولية والجمهور الفلسطيني مما يعرف حقيقة أن الشعب الفلسطيني قابلاً تحت الاحتلال، وترتيب الحجج الإقناعية كان في مرتبة متقدمة نابعاً من أن الحجج الفلسطينية والعربية نابعة من الحق الأصيل الذي يؤكد على حق الشعب الفلسطيني في تحقيق مصيره وإقامة دولته المستقلة وهذا كان واضحاً في الأخبار المنشورة عبر وكالة الأنباء الفلسطينية وفا، ووجود وضوح الأهداف في مرتبة متقدمة متناسقا مع الخيارات السابقة حيث أن الهدف من الأخبار كان توجيه الرأي العام على الدور الفعال لجمهورية مصر العربية في الدفاع عن

القضية الفلسطينية، وكذلك إبراز معاناة أبناء شعبنا الذي يواجه الاحتلال لذلك كانت الأهداف واضحة في الأخبار المنشورة.

جدول رقم (8) الإستمالات المستخدمة في الاخبار المتعلقة بمصر في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا

م	الإستمالات	المجموع	النسبة المئوية
1	استمالات عاطفية	69	57%
2	استمالات عقلانية	25	20.7%
3	الإثنين معا	27	22.3%
المجموع الكلي		121	100%

أكدت نتائج الجدول السابق على أن غالبية الإستمالات المستخدمة في الأخبار المنشورة في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا كانت استمالات عاطفية بنسبة (57%)، فيما كان في المرتبة الثانية الإستمالات العاطفية والعقلية معا بنسبة (22.3%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة كانت الإستمالات العقلية بنسبة (20.7%)، ومن خلال النتائج يتضح بأن السياسة التحريرية للأخبار كانت تتبع سياسة مخاطبة القلوب والتأثير العاطفي عليهم حيث كانت غالبية الأحداث عبارة عن قصص وتدمير للبنية التحتية للفلسطينيين والهجوم على المقدسات وخصوصاً اقتحامات المسجد الأقصى واستشهاد العشرات أمام شاشات التلفزيون كل ذلك أثر على تحرير الاخبار ومخاطبة الجمهور لأن اللمسة العاطفية كانت واضحة نظراً لطبيعة الأحداث، وأن التعاطف الكبير للمحررين مع المشاهد جعل الأخبار ذات اللمسة العاطفية ويؤكد د. سامي محسن ان التعرض لمشاهد القتل والتدمير يجعل المتابع يتخوف من الأحداث ويجعل منه متعاطفاً مع الضحية (سامي محسن، 2015:186). وخلال العدوان على فلسطين ارتكبت قوات الاحتلال الإسرائيلي العديد من المجازر أودت بحياة عائلات بأكملها مثل عائلة البطش وغيرها وهذا ما أكدته منظمة هيومن رايتس ووتش في تقريرها الصادر في 2021/7/27 الذي أكدت فيه أن القوات الإسرائيلية ارتكبت جرائم حرب في غزة أودت بحياة عائلات بأكملها وأطفال ومؤسسات مدنية.

جدول رقم (9) الهدف من الأخبار المتعلقة بمصر في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا

م	الهدف من الخبر	وفا	النسبة المئوية
1	إبراز الدور المصري المساند لفلسطين	71	58.7%
2	التأكيد على قوة مصر	24	19.8%
3	إبراز الدعم العربي لفلسطين من خلال مصر	23	19%
4	تدعيم العلاقة بين مصر وفلسطين	10	8.3%
5	إبراز قوة الإعلام المصري في دعم فلسطين	10	8.3%

أسفرت نتائج الجدول السابق على أن الهدف من الأخبار عبر وكالة الأنباء الفلسطينية كان إبراز الدور المصري المساند للقضية الفلسطينية بنسبة (58.7%)، فيما كان في المرتبة الثانية التأكيد على قوة مصر بنسبة (19.8%)، وفي المرتبة الثالثة كان الدعم العربي لفلسطين من خلال مصر بنسبة (21.5%)، وفي المرتبة الرابعة والخامسة كان تدعيم العلاقة بين مصر وفلسطين وإبراز قوة الإعلام المصري في دعم القضية الفلسطينية بنسبة (8.3%)، ومن خلال النتائج يتضح ان إبراز الدور المصري الذي كان واضحاً من خلال كافة مؤسساته العاملة وخصوصاً مؤسسة الرئاسة والخارجية والأزهر الشريف والهلال الأحمر المصري وغيره من المؤسسات عمل على إبراز الدور الكبير لمصر في دعم القضية الفلسطينية وتقديم المساعدات للشعب الفلسطيني، ومن خلال توافق السياسة العامة لمصر مع السياسة العامة للحكومة الفلسطينية كان واضحاً حرص الوكالة الرسمية الفلسطينية على إبراز هذا الدور الكبير لمصر. كذلك حرصت وكالة الأنباء الفلسطينية وفا على إبراز قوة مصر محلياً وإقليمياً ودولياً حيث حرصت على نشر الأخبار المتعلقة بالجهود الدولية التي تقودها مصر في وقف العدوان على الأراضي الفلسطينية وكذلك التنسيق الدبلوماسي الفلسطيني المصري

ومن خلال المؤسسات العربية التي اتخذت من القاهرة مقراً لها كان العمل العربي المشترك لدعم القضية الفلسطينية لذلك كان واضحاً هذه القوة من خلال التأثير الميداني والدبلوماسي.

جدول رقم (10) الصورة العامة لمصر في الأخبار المنشورة في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا

م	الصورة	وفا	النسبة المئوية
1	إيجابية	120	99.1%
2	سلبية	0	0%
3	غير محددة	1	0.9%
	المجموع الكلي	121	100%

تشير نتائج الدراسة بأن الصورة العامة لمصر في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا كانت إيجابية بنسبة (99.1%)، فيما كانت غير محددة بنسبة (0.9%)، فيما لم يسجل أي خبر يشكل صورة سلبية عن مصر ويرى الباحث أن هذه النتيجة منطقية من خلال أهداف وكالة الأنباء الرسمية التي تقوم بترويج الصورة الحسنة للدول الصديقة والمحورية والتي تربط فلسطين معها علاقات متينة، كما أن الدور المصري كان إيجابياً من خلال وقف العدوان على غزة وقوافل المساعدات التي دخلت من مصر إلى غزة وكذلك جهود مصر في المصالحة الفلسطينية وتشكيل الحكومة الفلسطينية هذه القضايا شكلت صورة إيجابية عن مصر من خلال الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الفلسطينية وفا. وتختلف هذه النتيجة مع دراسات تناولت صور دول أخرى مثل دراسة (وحيد الله، 2013) التي أكدت أن صورة أفغانستان كانت سلبية لدى الشباب العربي. فيما أكدت أن صورة الولايات المتحدة الأمريكية سلبية لدى الجمهور في الشرق الأوسط. (Kathy, 2008)

جدول رقم (11) سمات صورة مصر في الأخبار المنشورة في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا

م	سمات صورة مصر في الخبر	التكرار	النسبة المئوية
1	داعمة للشعب الفلسطيني	77	63.6%
2	قوية ومؤثرة إقليمياً ودولياً	23	19%
3	حاضنة للمؤسسات العربية	23	19%
4	قائدة للأمة العربية	13	10.7%
5	منحازة لقضايا الأمة العربية	4	3.3%
6	ذات قيم وثقافة وحضارة	3	2.5%
7	تعمل على استقرار المنطقة	2	1.7%

من خلال الجدول السابق يتضح بأن أهم سمة لصورة مصر كما تشكله وكالة الأنباء الفلسطينية وفا الرسمية كان أن مصر داعمة للشعب الفلسطيني بنسبة (63.6%)، أما في المرتبة الثانية كان قوة مصر وتأثيرها إقليمياً ودولياً بنسبة (19%) وفي نفس المرتبة كانت سمة أن مصر حاضنة للمؤسسات العربية، وفي المرتبة الرابعة كان سمة أن مصر قائدة للأمة العربية بنسبة (10.7%) وفي المرتبة الأخيرة كان استقرار المنطقة بنسبة (1.7%). ويتضح من خلال النتائج بأن أهم السمات المميزة لمصر دعمها للشعب الفلسطيني وهذا الدعم ليس وليداً لهذه المرحلة حيث أن الدعم كان منذ عقود عديدة وخصوصاً منذ نكبة فلسطين عام 1948م حيث كان الجيش المصري من أوائل الجيوش المدافعة عن الأراضي الفلسطينية واستمر هذا الدعم حتى وقتنا هذا حيث أصبحت مصر الحاضنة والراعية الأساسية للقضية الفلسطينية، ووجود سمة أن مصر قوية ومؤثرة إقليمياً ودولياً لم يأت من فراغ فتعتبر مصر من الدول المحورية في استقرار المنطقة ويعتمد عليها العرب في كثير من المواقف السياسية والعسكرية التي تهم الأمة وتعتبر هي صمام الأمان للأمة العربية والإسلامية، ووجود سمة حاضنة للمؤسسات العربية في مرتبة متقدمة يعتبر واقعياً حيث أن غالبية المؤسسات العربية وخصوصاً جامعة الدول العربية تتخذ من القاهرة مقراً لها نظراً لمكانة مصر السياسية والاستراتيجية، ويتضح ذلك من وجود سمة قائدة للأمة العربية في مراتب متقدمة دليل على أن الأمة العربية تعول عليها

كثيراً في نهضتها ورقمها وأن المساعي والجهود المصرية واضحة في كل قضية تهم الوطن العربي من المحيط إلى الخليج. وتتوافق مع هذه النتيجة دراسة (أبو سلطان، 2016) التي أكدت بأن سمات الصورة الذهنية لفلسطين كانت دولة مناضلة بنسبة (95.2%) لدى الجمهور المصري.

جدول رقم (12) الصور المستخدمة في الأخبار المتعلقة بمصر المنشورة في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا

م	الصور المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
1	نص فقط	95	%78.5
2	نص وصورة	26	%21.5
	المجموع الكلي	121	%100
3	صور موضوعية	17	%65
4	صور شخصية	9	%35
	المجموع الكلي	26	%100

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح أن وكالة الأنباء الفلسطينية وفا تعتمد على الأخبار النصية بدون صورة حيث كانت الأخبار التي تكون نص فقط بنسبة (78.5%)، أما الأخبار التي تتكون من صورة ونص كانت بنسبة (21.5%)، ومن خلال تحليل طبيعة الصور المستخدمة في الأخبار نجد بأن الصور الموضوعية كانت بنسبة كبيرة بالمقارنة بالصور الشخصية حيث كانت الصور الموضوعية بنسبة (65%) من إجمالي الأخبار التي تكونت من نص وصورة أما الصور الشخصية فكانت بنسبة (35%) من إجمالي الأخبار التي تكونت من نص وصورة، ومن خلال النتائج يتبين أن وكالة الأنباء الفلسطينية وفا تعتمد على الصور الموضوعية التي تناقش وتوضح الحدث وهي صور أكثر أهمية بالنسبة للمتابع لأنها تعطي تفاصيل الحدث من الممكن أن لا يكون قد عالجها النص.

الاستنتاجات:

في ضوء نتائج الدراسة ومناقشتها يستنتج الباحث الآتي:

1. أن صورة مصر ايجابية في الأخبار المنشورة على وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021.
2. ركزت وكالة الأنباء الفلسطينية وفا على الدعم السياسي المصري لفلسطين في صدارة القضايا السياسية فيما كان تقديم المساعدات الإنسانية في صدارة القضايا الاقتصادية.
3. تعتمد وكالة الأنباء الفلسطينية وفا على مصادرها الخاصة في الأخبار المتعلقة بمصر في الترتيب الأول، فيما كانت البيانات الصحفية في المرتبة الثانية.
4. خلو وكالة الأنباء الفلسطينية وفا من أي خبر متعلق بمصر صادر من القدس خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين في مايو 2021.
5. تصدر الشخصيات المصرية محورية الأخبار المتعلقة بمصر المنشورة عبر وكالة الأنباء الفلسطينية وفا خلال العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو 2021.

التوصيات:

في ضوء أهداف الدراسة ونتائجها يوصي الباحث بالتوصيات الآتية:

1. العمل على تغطية تصريحات القيادات الفلسطينية في القدس وترتيب أولويات الوكالة بقضايا القدس.
2. التوازن في نشر الأخبار المتعلقة بمصر حيث خلو الوكالة من أي خبر سلبي مثل إغلاق المعابر وغيرها.
3. التنوع بشكل أكبر بين استخدام النصوص والصور الإخبارية.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

- أبو جراد، توفيق (2020). الوظيفة الاتصالية لحركة فتح ودورها في تشكيل صورتها لدى الجمهور الفلسطيني (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة عين شمس مصر.
- أبو سلطان، نجاح (2016). دور وسائل الاتصال في دعم الصورة الذهنية للدول (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد البحوث والدراسات العربية، مصر.
- إسماعيل، محمود (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (ط1). مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- البناء، عرفات (2015). صورة تركيا في الصحافة اليومية الفلسطينية (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، فلسطين.
- جراد، منال (2013). معالجة المواقع الالكترونية الإخبارية لحركتي فتح وحماس لازمة الانقسام الفلسطيني، دراسة تحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الأزهر، فلسطين.
- الحديدي، منى واللبنان، شريف (2009). فنون الاتصال والإعلام المتخصص (ط1). مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- حسين، سمير (1999). بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي (ط1). مصر: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- حسين، سمير (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي (ط2). مصر: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- راضي، وسام (2009). دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق. مجلة الباحث الإعلامي، (5)، 2009، 1-29.
- عمران، منى (2014). الصورة الذهنية لمصر لدى عينة من المراهقين المصريين المغتربين وعلاقتها بتعرضهم للقناة الفضائية المصرية. مجلة دراسات الطفولة، 17 (10)، 19-35.
- العيساوي، نجم (2015). العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق كما يراها الإعلاميون العراقيون في عمان (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- الغريايوي، علاء الدين (2017). قياس الصورة الذهنية لدولة مصر كوجهة سياحية من منظور السائحين وأثرها على محددات بناء علاقات طويلة الأجل. مجلة التجارة والتمويل، 17 (10)، 178-216.
- محسن، سامي (2015). علم النفس الإعلامي (ط2). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- محمد، صباح (2020). تشكيل الصورة الذهنية للقوى السياسية العراقية وانعكاسها على نتائج الانتخابات البرلمانية للعام (2018). مجلة الفراهيدي للآداب، 40 (12)، 463-481.
- وحيد الله، عبید الله (2013). دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية لأفغانستان لدى الشباب العربي (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، مصر.
- وكالة الأنباء الفلسطينية وفا (2022). نشأة وتطوير وكالة وفا. استرجعت بتاريخ 20 سبتمبر 2022، من www.wafa.ps

ثانياً: المراجع العربية المترجمة

- Abujarad, T. (2020). The communicative function of the Fatah movement and its role in shaping its image among the Palestinian public. (Unpublished Doctoral dissertation), Ain shames University, Egypt.
- Abusultan, N. (2016). The role of the means of communication in supporting the mental image of countries. (Unpublished Master Thesis), Institute of Arab Research and Studies, League of Arab States, Egypt.

- Albana, A. (2015). Turkey's image in the Palestinian daily press. (Unpublished Master Thesis), Islamic University, Palestine.
- Alesawy, N. (2015). Factors affecting the formation of the mental image of the political party in Iraq as seen by Iraqi media professionals in Amman. (Unpublished Doctoral dissertation), Middle East University.
- Algherbawy, A. (2017). Measuring the mental image of Egypt as a tourist destination from the perspective of tourists and its impact on the determinants of building long-term relationships. Trade and Finance Magazine, Tanta University, 17(10), 178-216.
- Alhadidi, M. & Alaban, Sh. (2009). Communication Arts and Specialized Media (1st ed.). Egypt: The Egyptian Lebanese House.
- Hussein, S. (1999). Media Research, Studies in scientific research methods (1st ed.). Egypt: World of Books for Publishing and Distribution.
- Hussein, S. (2006). Studies in scientific research methods, Egypt (2nd ed.). Egypt: World of Books for Publishing and Distribution.
- Ismail, M. (2003). Principles of communication science and theories of influence (1st ed.). Egypt: International House for Publishing and Distribution.
- Jarad, M. (2013). The processing of Fateh and Hamas electronic media sites towards the crises of the Palestinian division. (Unpublished Master Thesis), Alazhar University, Palestine.
- Mohammed, S. (2020). Shaping the mental image of the Iraqi political forces and their reflection on the results of the 2018 parliamentary elections. Al-Farahidi Journal of Literature, Takreet University, 40(12), 463-481.
- Mohsen, S. (2015). Media psychology (2nd ed.). Jordan: Dar Almaseerh.
- Omran, M. (2014). The mental image of Egypt among a sample of Egyptian expatriate teenagers and its relationship to their exposure to the Egyptian satellite channel. Childhood Studies Journal, Ain shames University, 17(10), 19-35.
- Palestinian News Agency (2022). Establishment and development of Wafa Agency. Retrieved on September 20, 2022, from www.wafa.ps.
- Rady, W. (2009). The role of satellite news channels in shaping the media and political image of Iraq. Media researcher magazine, (9), 2009, 1-29.
- Wahid Allah, O. (2013). The role of the means of communication in shaping the mental image of Afghanistan among Arab youth. (Unpublished Master Thesis), Cairo University, Egypt.

ثالثاً: المراجع الأجنبية

- Kathy, F. (2008). The collapse of American public diplomacy: what diplomatic experts say about rebuilding America's image around the world- A view from the trenches. Paper presented at the annual meeting of the ISA's 49th annual convention, Bridging multiple divides, Hilton San Francisco.
- Wimmer, R. & Dominick, J. (2006). Mass media research: An Introduction (8th ed.). Thomson Wadsworth, P175.