

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



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

اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي
اللسطيني لقضية صفقة القرن
"دراسة ميدانية"

**Attitudes of the Political and Media Elite
Towards the Palestinian Media Discourse for
the Issue of the Deal of the Century
"A field study"**

إعداد الباحث
عصام عبد الله يوسف الاغا

إشراف الدكتور
أمين منصور وافي

قُدِّمَ هَذَا الْبَحْثُ إِسْتِكْمَالًا لِمُنْتَظِمَاتِ الْحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ الْمَاجِسْتِيرِ
فِي الصَّحَافَةِ بِكُلِّيَّةِ الْآدَابِ فِي الْجَامِعَةِ الْإِسْلَامِيَّةِ بِغَزَّةِ
تموز/2021 - ذو الحجة/1444

إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي

اللسطيني لقضية صفقة القرن

"دراسة ميدانية"

Attitudes of the Political and Media Elite Towards the Palestinian Media Discourse for the Issue of the Deal of the Century “A field study”

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

Declaration

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

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

Student's name:		اسم الطالب:
Signature:		التوقيع:
Date:		التاريخ:



الرقم Ref
ج س غ /35
التاريخ Date
16/03/2021م

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناء على موافقة عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ عصام عبد الله يوسف الاغا لنيل درجة الماجستير في كلية الآداب/ برنامج الصحافة وموضوعها:

اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفقة القرن
دراسة ميدانية

Attitudes of the Political and Media Elite Towards the Media Discourse on the Issue of the Deal of the Century: A field study

وبعد المناقشة التي تمت اليوم الثلاثاء 2 شعبان 1442 هـ الموافق 2021/03/16م الساعة الثانية عشرة والنصف مساءً، في قاعة مؤتمرات مبنى القدس اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

.....
.....
.....

مشرفاً ورئيساً
مناقشاً داخلياً
مناقشاً خارجياً

د. أمين منصور وافي
د. أحمد عرابي/ حسين الترك
د. موسى علي طالب

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

والله ولي التوفيق،،،

عميد البحث العلمي والدراسات العليا

أ. د. بسام هاشم السقا



ملخص الرسالة

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن.

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمدت على منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، ومن خلاله تم توظيف أسلوب الدراسات الارتباطية، وقامت على فروض نظرية ترتيب الأولويات"، وتم جمع بياناتها بواسطة صحيفة الاستقصاء والمقابلة.

واختار الباحث عينة عشوائية بسيطة من النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية بحجم (150) مفردة من المجتمع الأصلي، وتم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة من 01 يناير حتى 30 مارس 2020م.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

1. اهتمت وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن وفقاً للنخبة الفلسطينية بشكل كبير في المقام الأول بنسبة 46.0%.
2. أوضحت الدراسة أن أهم القضايا التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني من وجهة نظر المبحوثين هي صفقة القرن بنسبة 49.3%، تبعها مسيرات العودة في المرتبة الثانية بنسبة 30.7%.
3. أوضحت الدراسة أن النخبة ترى أن فعالية الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن جاء متوسطاً في المقام الأول بنسبة 52.0%.

وخرجت الدراسة بعدة توصيات أهمها:

1. تطوير وتدعيم الخطاب الفلسطيني وتوحيده بالحوار والمشاركة والتفاعلية مع النخب الفلسطينية لتعزيز الثقة بينهما، مما يؤدي لسد العجز والنقص في الثقة.
2. ضرورة وجود موقف فلسطيني موحد من الصفقة، وتعزيز إمكانيات وسائل الإعلام، واستمرارية وتعزيزه بعدة لغات، والتأكيد على التنسيق والتخطيط على مستوى جميع الوسائل.
3. تعبئة الرأي العام العالمي ضد صفقة القرن، واستخدام وتعميم المصطلحات الفلسطينية، فيما يخص الصفقة، وأسننة الخطاب الفلسطينية الموجه للعالم.

Abstract

This study aimed to identify the attitudes of the Palestinian political and media elite towards the Palestinian media discourse on the Deal of the Century. In this descriptive research, the researcher adopted the survey studies approach, and through it the media audience survey method was used, in addition to using the method of studying mutual relations, which involved the using correlational studies method. The study is based on the assumptions of the "Agenda Setting" theory, and its data were collected using the study tools of the questionnaire form and the interview. The researcher chose a simple random sample from the Palestinian political and media elite numbering (150) individuals drawn from the study population, and the field study was conducted from 1st January to 30th March 2020.

The most important results of the study are the following:

1. The Palestinian media paid great attention to following up the Deal of the Century according to the Palestinian elite in the first place at 46.0%.
2. The study showed that the most important issue that the Palestinian media discourse focuses on from the viewpoint of the respondents is the Deal of the Century at 49.3%, followed by the Return Marches, which came in second place, at 30.7%.
3. The study showed that the Palestine elite believes that the effectiveness of the Palestinian media discourse on the Deal of the Century was average in the first place at 52.0%.

The study came up with several recommendations, the most important of which are the following:

1. Developing and consolidating the Palestinian discourse and unifying it through dialogue, participation and interaction with the Palestinian elites to enhance confidence between them, which leads to bridging the gap and overcoming lack of confidence.
2. The necessity of a unified Palestinian position on the Deal of the Century, enhancing the capabilities of the media, continuing and enhancing this position using several languages, and emphasizing coordination and planning at all levels and by all means.
3. Mobilizing world public opinion against the Deal of the Century, using and disseminating Palestinian terminology regarding the Deal, and humanizing the Palestinian discourse directed at the world.

الإهداء

إلى أمي ..

إلى حبيبة القلب، أنيسة الروح، بلسم أيامي وبهجة عالمي، شمس حياتي وسر نجاحاتي، لسندي التي بنور دعائها أهزم مصاعب الحياة، للجميلة التي لا يضاهي حبها شيء، لأمي الطيبة، شفاك الله وأمدّ في عمرك، ولا أراني فيك مكروهاً.

إلى أبي ..

مدرستي الأولى، الأنموذج الناجح، العظيم بشأنه، القدير بتواضعه، الذي أستلهم من محطات حياته الصبر والقوة لبلوغ الغايات .. أبي يا أعظم الرجال، أسأل الله لك الصحة والسعادة والعمر الطويل.

إلى زوجتي وأبنائي ..

إلى زوجتي.... أسمى رموز الإخلاص والوفاء ورفيقة الدرب
إلى أولادي..... فلذات الأكباد.

إلى أخوتي ..

الأحبة رفقاء الطفولة، ضحكتي وراحتي، سندي وأماني ومصدر قوتي.

إلى من حزن القلب على فراقهم ..

جدي وجدتي لوالدي وأصدقائي ورفقاء دربي الشهيد باسم الاغا وتيسير السميري وابراهيم وفادي المصري وكل رفاقي الشهداء .. أسأل الله لكما الفردوس الأعلى.

إلى جدي وجدتي، وأخوالي وخالاتي، وأبنائهم .. إلى عائلتي وعزوتي .. حماكم الله ورعاكم.

إلى أصدقائي الأعزاء الأوفياء .. إلى زملائي الرائعين .. إلى من تتلمذت على أيديهم
مذ كنت طفلاً في مراحل تعليمي الأولى.

إلى وطني الحبيب فلسطين، إلى كل من بذل التضحيات في سبيل تحريره.

إلى كل من له حق علي .. أهدىكم هذا الجهد المتواضع، وأسأله تعالى القبول والجزاء.

شكرٌ وتقديرٌ

الحمد لله رب العلمين، ناصر الموحدين، وأمام المجاهدين، ومذل الكفرة والمتجبرين الصلاة والسلام على النبي الأكرم، والمعلم الأعظم، صلاة تجلي بها يا رب همومنا، وتحطُّ بها ذنوبنا، وترفع بها درجاتنا، وعلى آله وصحبه ومحبيه الكرام.

وبعد فإنه من دواعي سروري وغبطني أن أتقدم بباقة من الشكر والتقدير والعرفان إلى

كل من:

❖ إلى عائلتي الكريمة كل باسمه ولقبه، أنتم يا من أفتخر بكم، بتاريخكم المشرف، بدماء شهدائكم التي روت ظمأ كرامتنا، وأسأل الله تعالى أن تكون هذه الدماء سترَ وشفيعاً لنا يوم القيامة كما كانت لنا في الدنيا.

أستاذي ومشرفي وقُدوتي الأستاذ الدكتور أمين وافي الذي تفضل بالموافقة على الإشراف على رسالتي، وساندي ومنحني الكثير من وقته وجهده، وقدم لي توجيهاته وإرشاداته الثمينة، وتحمل غلطاتي وهفواتي تارةً، وتقصيري وكسلي تارةً أخرى، فكان لي خير المرشد والمعين لإنجاز هذا الجهد العلمي، والشكر والتقدير والعرفان والامتنان موصول إلى عضوي لجنة المناقشة، كل من: الدكتور الفاضل: أحمد عرابي الترك حفظه الله، و الدكتور الفاضل: موسى علي طالب حفظه الله

لقبولهما مناقشة هذه الرسالة، فهما أهل لتصحيحها وإثرائها على الوجه الذي يجب.

❖ إلى أساتذة الإعلام في الجامعة الإسلامية وأخص بالذكر أساتذة برنامج ماجستير الصحافة لما بذلوه من جهد وعطاء غير محدود، في رحلتنا التعليمية لنيل درجة الماجستير، فكانوا لنا نعم الأخوة والمرشدين.

❖ لزملائي وزميلاتي من طلبة الماجستير بقسم الصحافة والإعلام، والزملاء والأصدقاء الذين كانوا يتفقدونني دائماً بالسؤال والتشجيع.

❖ ثم إلى الأساتذة الذين تفضلوا مشكورين بتحكيم صحيفة الاستقصاء خاصتي، كل باسمه ولقبه ومكانته العلمية.

❖ والشكر موصول لكل من مدَّ لي يد العون وساندي وقدم لي مساعدة أثرت جهدي العلمي، وختاماً أسأل الله العلي القدير أن يكونَ هذا العملَ خالصاً لوجهه، وأن يجعله علماً نافعاً يسهل لي به طريقاً إلى الجنة.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ
الَّذِي فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ﴾ (15)

(النمل: 15)

فهرس المحتويات

إقرار.....	ب
ملخص الرسالة.....	ت
Abstract..... خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.	
اقتباس (الآية القرآنية)..... خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.	
الإهداء..... خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.	
شكر وتقدير..... خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.	
فهرس المحتويات.....	د
فهرس الجداول.....	س
المقدمة:.....	1
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	4
أولاً: أهم الدراسات السابقة:.....	4
ثانياً: الاستدلال على المشكلة:.....	29
ثالثاً: مشكلة الدراسة:.....	31
رابعاً: أهمية الدراسة:.....	31
خامساً: أهداف الدراسة:.....	32
سادساً: تساؤلات الدراسة:.....	33
سابعاً: فروض الدراسة:.....	34
ثامناً: الإطار النظري للدراسة:.....	34
تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:.....	36
عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها:.....	38
حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات:.....	42

47	ثاني عشر: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:.....
47	ثالث عشر: مصطلحات الدراسة:.....
49	رابع عشر: تقسيم الدراسة:.....
52	الفصل الثاني: النخبة الفلسطينية ودورها في مواجهة مشاريع التسوية للقضية الفلسطينية.....
53	المبحث الأول: النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية: سمات وخصائص.....
53	أولاً: مفهوم النخبة:.....
55	ثانياً: أنواع النخبة:.....
56	ثالثاً: أنواع النخبة الفلسطينية:.....
57	رابعاً: النخبة السياسية الفلسطينية:.....
58	خامساً: النخبة الإعلامية الفلسطينية:.....
58	سادساً: صفات النخبة:.....
59	سابعاً: مفهوم النخبة السياسية:.....
60	ثامناً: وظائف النخبة السياسية:.....
61	المبحث الثاني: صفقة القرن.....
62	أولاً: مفهوم صفقة القرن:.....
63	ثانياً: بدايات صفقة القرن:.....
66	ثالثاً: المحددات الخارجية للسياسة الأمريكية:.....
68	رابعاً: تهيئة البيئة السياسية للصفقة قبل طرحها:.....
70	خامساً: المواقف قبل الإعلان عن الصفقة:.....
72	سادساً: أهداف ورشة البحرين وبنودها:.....
74	سابعاً: أهم البنود الرئيسية التي جاءت في وثيقة صفقة القرن:.....

76.....	ثامناً: فلسفة الصفقة، تزوير التاريخ وتشويه الحاضر والمستقبل:
76.....	تاسعاً: اللاجئين الفلسطينيين وصفقة القرن:
78.....	عاشراً: الموقف الفلسطيني الرسمي من صفقة القرن:
79.....	حادي عشر: موقف الفصائل الفلسطينية من صفقة القرن:
80.....	ثاني عشر: الموقف العربي، ما بين الرفض والقبول للصفقة:
83.....	ثالث عشر: هل ستمر صفقة القرن؟:
85.....	المبحث الثالث: خطاب النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو صفقة القرن.....
85.....	أولاً: أهمية الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن:
86.....	ثانياً: فاعلية الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن:
87.....	ثالثاً: درجة الثقة بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن:
88.....	رابعاً: فعاليات الخطاب الإعلامي الفلسطيني حول صفقة القرن:
89.....	خامساً: العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن:.....
90.....	سادساً: سمات ومرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن:
91.....	سابعاً: اتجاه الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن:
91.....	ثامناً: المعوقات الداخلية والخارجية للخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن:
92.....	تاسعاً: مقترحات لنهوض الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن:
95.....	الفصل الثالث: اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفقة القرن.....
96.....	المبحث الأول: مناقشة نتائج الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن وفرضياته.....
96.....	أولاً: الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن، أهميته وفاعليته والثقة به:.....
	ثانياً: سمات ومرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن والدور المطلوب:
116.....	

ثالثاً: اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفحة القرن	
120	
رابعاً: معوقات الخطاب الاعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن.....	123
خامساً: اختبار فروض الدراسة:.....	131
المبحث الثاني أهم النتائج والتوصيات.....	134
أولاً: النتائج:.....	134
ثانياً: التوصيات:.....	137
المراجع والمصادر.....	139
ملحق (1) أسماء المحكمين مرتبة حسب الدرجة العلمية.....	150
ملحق (2) استمارة الاستقصاء.....	151

فهرس الجداول

- جدول (1.1) يوضح الجنس..... 38
- جدول (1.2) يوضح المحافظة..... 39
- جدول (1.3) يوضح المؤهل العلمي..... 39
- جدول (1.4) يوضح العمر..... 40
- جدول (1.5) يوضح نوع النخبة..... 40
- جدول (1.6) يوضح مكان العمل..... 41
- جدول (1.7) يوضح الانتماء السياسي..... 41
- جدول (1.8) صدق الاتساق الداخلي لتقييم الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفقة القرن..... 42
- جدول (1.9) صدق الاتساق الداخلي للعوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن..... 43
- جدول (1.10) صدق الاتساق الداخلي لسمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن..... 43
- جدول (1.11) صدق الاتساق الداخلي للاتجاهات نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن..... 44
- جدول (1.12) صدق الاتساق الداخلي لأبرز المعوقات الداخلية المؤثرة في الخطاب الاعلامي الفلسطيني..... 45
- جدول (1.13) صدق الاتساق الداخلي لأبرز المعوقات الخارجية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن..... 45
- جدول (1.14) يوضح معامل ألفا كرونباخ وسبيرمان براون ثبات الاستبانة..... 46
- جدول (3.1) يوضح مدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية..... 96
- جدول (3.2) يوضح الوقت اليومي لمتابعة وسائل الاعلام الفلسطينية..... 97
- جدول (3.3) يوضح الانطباع العام عن أداء الإعلام الفلسطيني..... 97

- جدول (3.4) يوضح أهم القضايا التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني98
- جدول (3.5) يوضح مدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن .. 100
- جدول (3.6) يوضح درجة قيام الإعلام الفلسطيني بدوره تجاه قضية صفقة القرن 101
- جدول (3.7) يوضح مدى الاعتقاد بأن النخب الفلسطينية تمارس 102
- دوراً في توجيه الخطاب نحو قضية صفقة القرن 102
- جدول (3.8) يوضح أكثر وسائل الإعلام الفلسطينية التي تعتمد عليها النخبة في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن..... 103
- جدول (3.9) يوضح مدى اعتماد النخبة على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن..... 104
- جدول (3.10) يوضح مدى معرفة النخبة بمحتوى صفقة القرن وأهم قضاياها..... 105
- جدول (3.11) يوضح تقييم النخبة لخطاب الدول تجاه صفقة القرن 107
- جدول (3.12) يوضح العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن 110
- جدول (3.13) يوضح تقييم النخبة لمعالجة الإعلام الفلسطيني لقضية صفقة القرن 112
- جدول (3.14) يوضح رأي النخبة في فعالية الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن 114
- جدول (3.15) يوضح مدى ثقة النخبة بالخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن 115
- جدول (3.16) يوضح سمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن 116
- جدول (3.17) يوضح مرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن 118
- جدول (3.18) يوضح اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة القرن..... 120
- جدول (3.19) يوضح أبرز المعوقات الداخلية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني . 123
- جدول (3.20) يوضح أبرز المعوقات الخارجية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني 126

- جدول (3.21) يوضح اقتراحات النخبة للنهوض بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن 128
- جدول (3.22) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول معوقات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن تعزى لمدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن 131
- جدول (3.23) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن تعزى لمدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية 132
- جدول (3.24) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول تقييم خطاب الدول لصفقة القرن تعزى لمدى الاعتماد على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن 133

المقدمة

المقدمة:

النخبة هم صفوة المجتمع وقادتهم وخيارهم في الثقافة والفكر والإعلام والسياسة، ويظهر دورهم تلقائياً نتيجة عطائهم وقيامهم بحاجات الناس وخدمتهم، ولا شك أن المجتمعات الحالية تتمركز سلطتها في يد مجموعة مؤثرة تكون الأقلية عدداً، تقوم بالتحكم بالأغلبية العظمى من الشعب. وقد لعبت النخبة على امتداد التاريخ الإنساني بمختلف مشاربها وتوجهاتها دوراً رئيسياً في قيادة الإصلاح والتغيير داخل مجتمعاتها، ولها تأثيرها على مجريات الأمور وتوجيهها في عملية صنع القرارات المهمة المرتبطة بمختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية⁽¹⁾. وتنقسم النخب إلى عدة أنواع: النخب الدينية، النخب السياسية، النخب العسكرية، النخب الإعلامية والاقتصادية، النخب المالية، والعائلية، وهي تختلف بقوتها، وقدرة تأثيرها، ومكانتها الاجتماعية حسب الأنظمة السياسية وأشكالها ومدى تطورها، في علاقة جدلية بين النخب وشكل الانظمة.

وفلسطينياً كان للنخبة دوراً مهماً في الحياة العامة على مر التاريخ وعبر محطات النضال الفلسطيني منذ أن فرض الاحتلال البريطاني هيمنته على المنطقة مروراً بالنكبة ثم الاحتلال، فثار الشعب الفلسطيني وناضل من أجل الحصول على الاستقلال ومنع قيام الكيان الصهيوني، وقادت النخبة ثوراته في معظم مراحلها ومحطاتها المستمرة حتى اللحظة من أجل الحصول على حقه وأرضه من المغتصبين، ويثبت تمسكه بقضيته بإرادة حرة في ظل غياب الدعم العربي والاسلامي وبساطة الأدوات لتحقيق الثوابت الفلسطينية وفي مقدمتها: القدس، حق العودة، الأسرى، وتحرير كامل فلسطين.

والإعلام الفلسطيني هو أحد أهم الوسائل الفلسطينية للتعبير عن الحقوق الفلسطينية ومقاومة الاحتلال الإسرائيلي، وقد أنشأ الإعلام العديد من الوسائل المطبوعة والمرئية والمسموعة وواكب التطور التكنولوجي ليؤسس لمواقع وصفحات إلكترونية تحمل نفس الأهداف والمبادئ، وكان للنخبة الإعلامية والسياسية دوراً فاعلاً في توصيل القضية الفلسطينية وتفعيلها عبر وسائل الإعلام المختلفة.

وقد تمحور الخطاب الصحفي الفلسطيني عبر هذه الوسائل وغيرها في جانب الحديث عن ثوابت القضية الفلسطينية وانتهاكات الاحتلال الإسرائيلي والواقع الفلسطيني الصعب، ونجح الخطاب الصحفي الفلسطيني في تحقيق أهدافه من خلال إثارة الرأي العام العالمي نحو القضية

(1) الشيخ، النخب السياسية الليبية ودورها في المصالحة الوطنية (ص 2).

الفلسطينية، وتفعلها عربياً وإقليمياً ودولياً، وكان من أبرز القضايا التي ناقشها الخطاب الصحفي الفلسطيني "الأسرى، والاستيطان، واللجئين، وحق العودة، ومراحل النضال الفلسطيني"، وكان آخرها "صفقة القرن" أو خطة ترامب للسلام.

وتعد صفقة القرن التي اقترحتها رئيس الولايات المتحدة الأمريكية دونالد ترامب خطة سلام تهدف من وجهة نظره- إلى حل النزاع الفلسطيني الإسرائيلي وتحقيق أهداف واستثمار عالمي، إلا أنها تحمل بعداً سياسياً أكبر من الحلول السياسية أو الاقتصادية، وقد سربت صحيفة "إسرائيل هيوم" العبرية بعض بنودها التي تركزت حول "الإعلان عن فلسطين جديدة دون المستوطنات اليهودية القائمة، والقدس مشتركة بين "إسرائيل" وفلسطين الجديدة، كما أن الكتل الاستيطانية تبقى كما هي بيد إسرائيل دون إخلائها، إلى جانب منح أراضي جديدة لفلسطين من مصر"⁽¹⁾.

وتأتي هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن، من خلال التعرف على درجة اهتمام النخبة بهذا الخطاب من حيث السمات والخصائص والأدوار المناطة به، ومعرفة أهم القضايا التي يواجهها ومواطن الضعف والقوة فيه، بالإضافة إلى التعرف على رأي النخبة لكيفية تطويره.

(1) روسيا اليوم، صحيفة إسرائيلية تنشر بنوداً مسربة من صفقة القرن (موقع الكتروني).

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

يتضمن هذا الفصل أهم الدراسات السابقة، ومشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهدافها، وتساؤلاتها، ونوع الدراسة ومنهجها وأدواتها، ومجتمع الدراسة وعينتها، ووحدات القياس، وإجراءات الصدق والثبات، ومصطلحات الدراسة، وتقسيمها.

أولاً: أهم الدراسات السابقة:

حرصاً من الباحث على التعمق في المشكلة البحثية قام بإجراء دراسة مسحية لأهم الدراسات المرتبطة بالموضوع، حيث تم عرض الدراسات السابقة وفقاً للتسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم وقد تم تقسيم الدراسة الي محورين، هما:

- المحور الأول: دراسات الاتجاهات والنخب.
- المحور الثاني: دراسات الخطاب الصحفي الفلسطيني وصفقة القرن والقضايا الفلسطينية.

المحور الأول: دراسات الاتجاهات والنخب:

1. دراسة أبو ليلى (2020م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تقييم النخبة الفلسطينية لأداء الإعلام المقاوم خلال الأزمات، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي استخدمت منهج الدراسات المسحية وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية والدراسات الارتباطية، وجمعت المعلومات باستخدام أداتي المقابلة المعمقة وصحيفة الاستقصاء التي وزعت على عينة عشوائية حصصية قوامها (60) مفردة لكل من النخبة الفلسطينية (سياسية، أكاديمية، إعلامية) بإجمالي (140) مبحوث، خلال المدة الواقعة ما بين 2020/7/1م وحتى 2020/8/20م، واعتمدت الدراسة على فروص نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى:

(1) أبو ليلى، تقييم النخبة الفلسطينية لأداء الإعلام المقاوم خلال الأزمات، دراسة ميدانية في محافظات غزة.

أ. جاء تقييم النخبة الفلسطينية لأداء الإعلام المقاوم خلال الأزمات بدرجة عالية بوزن نسبي (80.2%).

ب. تبين أن اعتماد النخبة الفلسطينية خلال الأزمات على وسائل الإعلام المقاوم بدرجة عالية بوزن نسبي (83.9%).

ت. اتضح أن ثقة النخبة الفلسطينية بأداء الإعلام المقاوم خلال الأزمات كانت عالية بوزن نسبي (79.4%)، وفاعلية الأداء خلال الأزمات عالية بوزن نسبي (78.9%).

2. دراسة Heinrichs (2019م)⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على سياسة الجوار التي يقوم الاتحاد الأوروبي بنسجها مع منظمات المجتمع المدني من خلال العلاقة القائمة معهما، ومعرفة روايات النخب الأوكرانية والإسرائيلية والفلسطينية في منظمات المجتمع المدني من خلال سياسة الشك وعدم اليقين في العمليات التي يديرها الاتحاد الأوروبي مع هذه المنظمات، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية التي تستخدم المنهج الكيفي من خلال عقد مقابلات مع النخب في المجتمع المدني المنضوية تحت إطار الاتحاد الأوروبي في أوكرانيا وفلسطين وإسرائيل، وتم الاعتماد على نظرية النخبة، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. أن عدم الاستقرار العالمي أثر على عمل الاتحاد الأوروبي وسياسته في التعامل مع منظمات المجتمع المدني بأن أصبح الاتحاد قوة معيارية في هذا السياق العالمي.

ب. أن سياسة عدم اليقين والشك المنظور للاتحاد من خلالها التي ظهرت عبر مقابلات النخب وضعت الاتحاد الأوروبي في مقارنة بملاءمة سياستها في الجوار الأوروبي والعربي.

3. دراسة الأطرش (2017م)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر الإسرائيلية، ومعرفة حجم استخدام الصحفيين الفلسطينيين ومتابعتهم للمصادر الإسرائيلية كمصدر للمعلومات، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي استخدمت منهج الدراسات المسحية وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وجمعت

(1) Heinrichs, Narrating uncertainty and the European neighborhood policy:

evidence from Ukrainian, Israeli and Palestinian civil society elites.

(2) الأطرش، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر الإسرائيلية، دراسة ميدانية.

المعلومات باستخدام أدواتي المقابلة المعمقة وصحيفة الاستقصاء التي وزعت على عينة عشوائية بسيطة قوامها (380) مفردة من الصحفيين الممارسين في فلسطين، خلال المدة الواقعة ما بين 2017/5/1م وحتى 2017/7/20م، واعتمدت الدراسة على ثلاث نظريات: الاعتماد على وسائل الإعلام، والقائم بالاتصال (حارس البوابة)، والاستخدامات والإشباع، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. صنف الصحفيون الفلسطينيون المواقع الإلكترونية أكثر المصادر الإسرائيلية متابعة في الحصول على المعلومة الصحفية في المرتبة الأولى بنسبة 80.3%.
 - ب. الإشباعات المتحققة من استخدام المصادر الإسرائيلية كانت زيادة المعرفة بأساليب وسائل الإعلام الإسرائيلية المستخدمة في التغطية الصحفية بنسبة 59.2%.
 - ت. الأسباب التي تدفع الصحفيين الفلسطينيين للثقة بالمصادر الإسرائيلية كانت المساهمة في معرفة الرأي العام الإسرائيلي بنسبة 66.4%.
4. دراسة الحافي وطبيل (2017م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور النخبة السياسية الفلسطينية في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الفترة الحرجة التي تمر بها القضية الفلسطينية، ومعرفة دورهم في رفع مستوى الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات إلى جانب التعرف على أهم القيم الوطنية والأخلاقية التي عززتها النخبة السياسية الفلسطينية لدى طلبة الجامعات، وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات عن طريق الاستبانة التي وزعت على عينة عشوائية من طلبة جامعة الأزهر بلغ قوامها (221) مفردة، واعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. هناك دور إيجابي وكبير ومرتفع للنخبة السياسية في تعزيز الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة خاصة تشكيل المواقف الاجتماعية حول الهوية، وتعزيز مشاعر الانتماء لدى الطلبة وجاءت بنسبة 84%.
- ب. أسهمت النخب السياسية الفلسطينية بدور كبير جداً في تعزيز قيم حب الوطن والتضحية والولاء والانتماء للوطن لدى طلبة الجامعات بقطاع غزة وكانت بمتوسط حسابي مقداره 2.43.

(1) الحافي وطبيل، دور النخبة السياسية في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة.

ت. عززت النخبة السياسية الوعي بالقضايا الوطنية خاصة بالثوابت الوطنية (القدس، اللاجئيين. الخ) وكشف ممارسات الاحتلال بدرجات مرتفعة بلغت 74.2%، فيما عززت النخب ثقافة حزبية لا سياسية بنسب متوسطة بلغت 66.3%.

5. دراسة بدر (2017م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة الفلسطينية نحو معالجة الصحف الفلسطينية اليومية لقضية الانقسام، ومعرفة واقعهم لمطالعة الموضوعات الخاصة بالانقسام في هذه الصحف والتعرف على أهم قضايا الانقسام التي يطالعونها، وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح، وجمع المعلومات باستخدام أدوات تحليل المضمون التي طبقت على عينة عشوائية منتظمة من الصحف الفلسطينية اليومية متمثلة في الحياة الجديدة، وفلسطين خلال المدة الممتدة من 1 أكتوبر 2015م إلى 31 ديسمبر بأسلوب الأسبوع الصناعي، أما صحيفة الاستقصاء فقد طبقت على (229) مجوئاً من النخب السياسية والأكاديمية والإعلامية، واعتمد الباحث على نظرية ترتيب الأولويات، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. استخدمت صحيفتي الدراسة الفنون الخبرية المباشرة (الخبر، والتقرير) بشكل كبير جداً، ولم تعتمد على الفنون الأكثر عمقاً مثل (التحقيق، الحديث، القصة الصحفية).
 - ب. بينت الدراسة أن 46.7% من المبحوثين لا يتابعون الصحف الفلسطينية اليومية.
 - ت. تبين وجود اختلاف كبير بين ترتيب قضايا الانقسام لدي صحيفتي الدراسة والمبحوثين.
- #### 6. دراسة البطش (2016م)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة، من خلال التعرف على رؤية النخبة لهذا الخطاب من حيث السمات والخصائص والأدوار المناطة به، ومعرفة الإشكاليات التي يواجهها ومواطن الضعف والقوة فيه، بالإضافة إلى التعرف على رأي النخبة لكيفية تطويره. وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمدت على منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، ومن خلاله تم توظيف أسلوب المقارنة المنهجية والدراسات الارتباطية، وتم جمع بياناتها بواسطة صحيفة الاستقصاء التي

(1) بدر، اتجاهات النخبة الفلسطينية نحو معالجة الصحف الفلسطينية اليومية لقضية الانقسام: دراسة تحليلية وميدانية.

(2) البطش، تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة: دراسة ميدانية.

وزعت على عينة عشوائية بسيطة من النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية بحجم (150) مفردة، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. أن قضية حصار غزة لم تحظ بالاهتمام الكافي من بين القضايا التي ركز عليها الإعلام الفلسطيني وجاءت في الترتيب الثالث بنسبة 15.5%.

ب. غالبية أفراد العينة مؤيدين وبشدة إلى أن الانقسام الفلسطيني أحد أهم المعوقات الداخلية المؤثرة على الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة، بالإضافة إلى وجود قضايا عربية ساخنة حلت محل القضية الفلسطينية كأحد أهم المعوقات الخارجية.

ت. أيدت غالبية عينة الدراسة أن البعد الأخلاقي والقانوني أحد أهم مرتكزات الخطاب الإعلامي نحو حصار غزة، تلاها تحميل قيادة رام الله وغزة المسؤولية عن الحصار.

7. دراسة زغرة (2016م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الإعلاميين الفلسطينيين نحو إدارة المقاومة الفلسطينية للمعركة الإعلامية خلال العدوان الإسرائيلي على غزة 2014م، ومعرفة أهم أنواع الإعلام والوسائل الإعلامية التي استخدمتها المقاومة من وجهة نظر الإعلاميين الفلسطينيين، والتعرف على تقييم الإعلاميين الفلسطينيين للأساليب الإعلامية التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية خلال العدوان الإسرائيلي على غزة 2014 م، وتأثيرها على الروح المعنوية في المجتمع الفلسطيني، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره مسح أساليب الممارسة، وتم جمع البيانات عن طريق المقابلة والاستبانة وزعت على عينة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية قوامها (225) صحفي، واعتمد الباحث على نظريتي المسؤولية الاجتماعية والقائم بالاتصال (حارس البوابة)، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة الإعلاميين الفلسطينيين بإعلام المقاومة خلال العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، ومدى استفادتهم من هذا الإعلام.

ب. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الإعلاميين الفلسطينيين للتوقيتات التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، ومدى ثقتهم بهذا الإعلام.

(1) زغرة، اتجاهات الإعلاميين الفلسطينيين نحو إدارة المقاومة الفلسطينية للمعركة الإعلامية خلال العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م: دراسة ميدانية.

ت. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الإعلاميين الفلسطينيين نحو إدارة المقاومة الفلسطينية للمعركة الإعلامية خلال العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، تعزى للمتغيرات الديموغرافية لديهم.

8. دراسة الدريملي (2015م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة الي الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية في الصحافة الفلسطينية، ووصف أوضاع حرية الصحافة في مناطق السلطة الفلسطينية، والتعرف على مدى التزام القائم بالاتصال بمواثيق العمل الصحفي، وتنتمي الدراسة الي الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج الدراسات المسحية، في إطاره استخدمت أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، ومنهج العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة والعلاقات الارتباطية، وقد تم جمع البيانات من خلال أداتين هما: المقابلة وصحيفة الاستقصاء التي طبقت على عينة حصرية قوامها (91) صحفياً من صحف: القدس، والحياة الجديدة، وفلسطين، واعتمدت الدراسة علي ثلاث نظريات وهم نظرية الحرية ونظرية المسئولية الاجتماعية ونظرية القائم بالاتصال (حارس البوابة)، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. أظهرت الدراسة أن اتجاهات القائم بالاتصال نحو المسئولية الاجتماعية إيجابية وبلغت 71%، وتقرب الي أن تكون محايدة، وأن اطلاعه على قانون النشر والمطبوعات وميثاق الشرف الصحفي ومواد المسئولية الاجتماعية حيادي ويقرب من الإيجابي.

ب. بينت نتائج الدراسة أن اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهوم المسئولية الاجتماعية تبعاً لملكية الصحيفة إيجابي يقرب من أن يكون إيجابي جداً بلغ 77.7%.

ت. كشفت الدراسة أن أبرز ضغوطات القائم بالاتصال هي ضغوط سياسية حزبية وجاءت بنسبة 63.7%، وأبرز معوقات الصحافة الفلسطينية هي منع توزيع الصحف.

9. دراسة الطاهري وقنوعي (2015م)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاه الصحفيين في تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي، وتأثير صحافة المواطن على عمل الصحفي المحترف، ومدى اهتمام المواطن الصحفي بمشكلة العنف الرياضي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت

(1) الدريملي، اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية في الصحافة الفلسطينية اليومية خلال الفترة 2006م-2013م: دراسة ميدانية.

(2) الطاهري وقنوعي، اتجاهات الصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي: دراسة ميدانية لصحيفتي ولاية ورقلة.

المنهج المسحي وفي إطاره مسح أساليب الممارسة، وتم جمع البيانات عن طريق الاستبانة وزعت على (26) صحفي من مؤسسات إعلامية، واعتمد الباحث على ثلاث نظريات، هي: نظرية الأجندة ونظرية القائم بالاتصال (حارس البوابة)، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. هناك اتجاهات إيجابية للصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي، ونحو ظهور صحافة المواطن بقيمة 3.84.

ب. لا توجد موضوعية في تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي بقيمة 2.46.

ت. يؤثر نشاط المواطن الصحفي على عمل الصحفي سلباً بقيمة 1.38.

10. دراسة أبو قوطة (2015م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة الي التعرف على مدى اعتماد النخبة الفلسطينية على المواقع الإلكترونية ومدى متابعتهم وثقتهم بها، فيما يتعلق باكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية، ومعرفة مدى متابعة النخبة للمواقع الإلكترونية التي يعتمدون عليها ومدى ثقتهم بها، وتنتمي هذه الدراسة الي الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وفي إطاره مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات من خلال الاستبانة التي وزعت على عينة حصصية قوامها (132) مفردة من النخبة السياسية الفلسطينية ممثلة بقيادة الفصائل والمسؤولين في الحكومة وأعضاء المجلس التشريعي والأكاديميين والمحللين السياسيين، واعتمدت الدراسة علي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. الغالبية العظمى من النخب السياسية الفلسطينية يتابعون المواقع الإلكترونية لاكتساب المعلومات عن المفاوضات بنسبة 93.6%.

ب. جاءت المواقع الإلكترونية في مقدمة الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في متابعة قضية المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية بنسبة 31.9%، ثم شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 20.7% ثم القنوات الفضائية العربية بنسبة 18.6%.

(1) أبو قوطة، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية: دراسة ميدانية.

ت. بلغت نسبة التأثيرات المعرفية من اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية 40.9%، تليها نسبة التأثير السلوكي 33.2%، تليها نسبة التأثيرات الوجدانية 26%.

11. دراسة بريخ (2014)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة 2014م، ومتابعتها وأسباب المتابعة، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمد في جمع البيانات على صحيفة الاستقصاء، والمقابلة المقننة، وتم اختيار عينة حصصية من النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية في محافظات غزة من مسؤولي وقادة فصائل ومحللين سياسيين، وبلغ قوامها (164) مجوئاً، خلال الفترة الزمنية من 2015/4/23 حتى 2015/6/10، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون كمصدر أثناء العدوان بنسبة 78.7%، في حين ما نسبته 70.1% اعتبروا الإذاعات مصدرهم للمعلومات أثناء العدوان.

ب. أشارت الدراسة أن الحصول على المعلومات والأخبار جاءت في مقدمة أسباب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة، حيث بلغت نسبته 76.2%.

ت. جاءت شبكة الفيس بوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات أثناء العدوان بنسبة 96.3% وتلاها شبكة تويتر بنسبة 31.71% بينما جاءت اليوتيوب بنسبة 22.6%.

12. دراسة حرب (2014م)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه النخبة الفلسطينية في إحداث حالة من التنمية السياسية وذلك عبر استخدام وسائل الإعلام الجديد وخاصة الفيسبوك وتويتر ويوتيوب والمدونات، وقياس مدى اعتماد النخبة الفلسطينية الإعلامية والسياسية والأكاديمية على

(1) بريخ، اعتماد النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014: دراسة ميدانية في محافظات غزة.

(2) حرب، مدى اعتماد النخبة الفلسطينية على الإعلام الجديد في عملية التنمية السياسية-قطاع غزة نموذجاً.

الإعلام الجديد في عملية التنمية السياسية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات عن طريق أداتي المقابلة والاستبانة، واستخدمت الدراسة عينة عمدية مكونة من (150) من النخبة الفلسطينية السياسية والإعلامية والأكاديمية، كما وأجرت المقابلة مع (10) من أفراد عينة الدراسة، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. هناك اتجاه إيجابي نحو الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في تدعيم مفاهيم التنمية السياسية وجاءت بدرجة متوسطة مرتفعة باستثناء الفقرة الرابعة "حشد التأييد السياسي والجماهيري لشخصي" حيث عبر عنها بدرجة كبيرة 15% من العينة.

ب. أكد 89.3% من أفراد العينة أن أهم أسباب الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في التنمية السياسية بسبب السرعة في نشر المعلومات، وعبر 64.5% بانتمائها الواسع، و57% لسهولة التعامل معها ووصول المعلومة.

ت. هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد النخبة الفلسطينية على وسائل الإعلام الجديد والقضايا التنموية المختلفة.

13. دراسة الطوالبة (2014م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى اعتمادهم على هذه المواقع في متابعة الأخبار، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره مسح أساليب الممارسة وتم جمع البيانات عن طريق الاستبانة وزعت على (260) من أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحف الأردنية اليومية، واعتمدت الدراسة على نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات)، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. أن 65% من المبحوثين كانت اتجاهاتهم متوسطة نحو مصداقية أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي.

ب. تبوأ الفيس بوك الترتيب الأول في تفضيل استخدام الصحفيين له في متابعة الأخبار مقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى بنسبة 49.8%، يليه تويتر بنسبة 20.6%.

(1) الطوالبة، اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي.

ت. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير التخصص العلمي.

14. دراسة عمير (2012م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير النخب السياسية الفلسطينية بتوجهاتها السياسية والثقافية والأيدولوجية والاجتماعية على الوحدة الوطنية الفلسطينية، ومعرفة دورها في صياغة مفهوم الوحدة الفلسطينية وتحويله إلى مشروع سياسي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واستخدمت أداة المقابلة الفردية مع عدد من النخب السياسية الفلسطينية ممثلة بأعضاء المجلس التشريعي الثاني البالغ عددهم (132) عضواً، واعتمدت الدراسة على نظرية الأجندة، وتوصلت إلى:

أ. لم تصل النخبة الوطنية الفلسطينية إلى الحد الذي يمكنها من تغيير مواقف أحزابها السياسية وقياداتها نحو الوحدة الوطنية الفلسطينية.

ب. عدم قدرة النخبة التشريعية الفلسطينية في التأثير على مسار الوحدة الوطنية ونهجها ودفعها للأمام فلا زالت إرادة الحزب السياسي فوق إرادة نخبته الممثلة في المجلس التشريعي الفلسطيني.

ت. إن عدم وجود برنامج سياسي موحد تتفق عليه فصائل العمل الفلسطيني هو الأساس في عدم وجود وحدة وطنية فلسطينية على أرض الواقع.

15. دراسة عابد (2010م)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على ترتيب أولويات الفضائيات العربية لقضية القدس الشريف من بين القضايا السياسية التي تواجه الأمة العربية والإسلامية في الوقت الحالي، والتعرف على الدور الذي تقوم به الفضائيات لدعم الهوية العربية الإسلامية للقدس، ومعرفة المعوقات التي تواجه الفضائيات العربية في توضيحها لقضية القدس للرأي العام من وجهة نظر النخبة الفلسطينية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واستخدمت أداة الاستبانة بطريقة المقابلة

(1) عمير، النخب السياسية الفلسطينية وأثرها على الوحدة الوطنية: نخبة المجلس التشريعي الفلسطيني الثاني نموذجاً.

(2) عابد، تفعيل دور الفضائيات العربية لدعم الهوية العربية الإسلامية للقدس الشريف بالتطبيق على النخبة الفلسطينية: دراسة وصفية تحليلية.

الشخصية المقننة مع (60) مفردة من النخب السياسية الفلسطينية من الأكاديميين والإعلاميين والكتاب والحقوقيين والسياسيين والحزبيين، واعتمدت الدراسة على نظريات ترتيب الأولويات، والاعتماد على وسائل الإعلام، والغرس الثقافي، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. أن النخبة غير راضية عن الدور الذي تقوم به الفضائيات في دعمها لقضية القدس بنسبة 61.7% بسبب قلة البرامج المقدمة التي تفضح سياسات التهويد الإسرائيلية.
- ب. أن سياسة الأنظمة الحاكمة تؤثر دائماً على سياسة الفضائيات بنسبة 81.7%، وأحياناً بنسبة 18.3%، ويرجع ذلك إلى خوف الأنظمة من الهيمنة الأمريكية بنسبة 35.1%.
- ت. أكد 68.3% من أفراد العينة عدم استطاعة الفضائيات دعم قضية القدس دولياً ويرجع ذلك إلى عدم اكتراث دولة الاحتلال بالقدرات العربية الإسلامية بنسبة 22.1%.

المحور الثاني: دراسات الخطاب الصحفي نحو القضايا الفلسطينية وصفقة القرن:

16. دراسة القاضي (2020)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي العربي نحو قضية التطبيع مع "إسرائيل"، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج تحليل الخطاب ومنهج الدراسات المسحية، ومن خلاله أسلوب مسح أساليب الممارسة، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة ومن خلاله أسلوب المقارنة المنهجية، باستخدام أدوات استمارة تحليل الخطاب والاستبانة، وتمثل مجتمعها في مواقع الفضائيات الإخبارية العربية، اختار منها الباحث مواقع: الميادين، العربية نت، والجزيرة نت، خلال الفترة الواقعة ما بين 1/3/2018 حتى 29/2/2020 أي لمدة عامين، وذلك بأسلوب المسح الشامل، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. حظيت الأطروحات السياسية بالمرتبة الأولى بنسبة (45.5%)، تلتها الأطروحات الإعلامية بنسبة (23.3%)، ثم الأطروحات الاجتماعية بنسبة (9.3%).
- ب. جاءت معظم صفات القوى الفاعلة سلبية بنسبة (83.5%)، منها مطيع وخائن وعميل وغيرها، ولم تتجاوز نسبة الصفات الإيجابية (15.1%)، والمحايدة (1.4%).
- ت. حصل مقترح "إبراز المواقف العربية الرسمية والشعبية الراضية للتطبيع مع إسرائيل" على نسبة (90.9%) بين مقترحات تطوير الخطاب الصحفي المناهض للتطبيع.

(1) القاضي، الخطاب الصحفي العربي نحو التطبيع مع "إسرائيل" في مواقع الفضائيات الإخبارية العربية.

17. دراسة Soekarno & Utomo (2019م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى تحليل وتوضيح العوامل الكامنة وراء السياسة الخارجية الأمريكية المنحازة في ظل سيطرة الرئيس دونالد ترامب، والتي تقوم بها الولايات المتحدة بشأن الصراع الإسرائيلي الفلسطيني، واستخدمت الدراسة منظور الواقعية الكلاسيكية الجديدة في تحليل العوامل الكامنة وراء الدعم الثابت للولايات المتحدة لإسرائيل، وقد قام الباحثان بتحليل مختلف المصادر المتعلقة بالسياسة الخارجية الأمريكية في الصراع الإسرائيلي الفلسطيني والتي صدرت عن الرئيس الأمريكي ترامب من خطابات وتغريدات وبيانات، واستخدمت نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات)، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. أن سلوك السياسة الخارجية للولايات المتحدة في ظل إدارة الرئيس دونالد ترامب فيما يتعلق بمسألة الانحياز لإسرائيل ناتج عن هيكل دولي أو عوامل منهجية مثل التهديد النووي الإيراني والمجموعات الإرهابية المتطرفة؛ بالإضافة إلى البيئة الأسيوية والمحلية التي تشمل هيكل الولايات المتحدة والجهات الفاعلة المحلية.
- ب. انخرطت الولايات المتحدة في الصراع الإسرائيلي الفلسطيني المستمر منذ عقود وعملت كوسيط للخصمين لذا من المفترض أن تكون طرفًا محايدًا في هذا الصراع؛ ولكن على العكس فقد اتبعت الولايات المتحدة سياسات متحيزة تميل إلى تفضيل إسرائيل لعقود.
- ت. فشلت الولايات المتحدة في تقديم خطة سلام دائمة للجانبين حتى اليوم، من غير الواضح ما إذا كانت الولايات المتحدة ستكون قادرة على اقتراح اتفاقية سلام عادلة وفعالة لإنهاء هذا الصراع حالياً، وستواصل الولايات المتحدة سياستها الخارجية المنحازة لإسرائيل، ويبدو أن السلام بين الطرفين مستحيل تقريباً نظراً لتقييد الزمان والمكان.

18. دراسة عبد العاطي (2019)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة الصحف الفلسطينية اليومية لقضية نقل السفارة الأمريكية للقدس وتداعياتها، والتعرف على مدى اهتمامها بها، واتجاه الصحف نحو موضوعاتها، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومنهج العلاقات المتبادلة، مستخدماً أسلوب المقارنة المنهجية،

(2) Soekarno & Utomo, United States' unwavering Support to Israel: Biased Foreign Policy in Israel-Palestine Conflict Under President Donald Trump's Administration (2016-2019)..a.

(2) عبد العاطي، معالجة الصحف الفلسطينية لقضية نقل السفارة الأمريكية للقدس وتداعياتها.

وتمثلت أداة الدراسة في استمارة تحليل المضمون، لعينة من صحيفتي فلسطين والحياة الجديدة، واختار الباحث الأعداد عن طريق عينة عشوائية منتظمة، بأسلوب الأسبوع الصناعي وبلغت (46) عددًا لكل صحيفة، في الفترة ما بين 2017/12/01م حتى 2018/12/01م، واستخدمت نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات)، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. الصحيفتان تقاربتا في اهتمامهما بموضوعات المقاومة الشعبية وفي إطارها المسيرات والمظاهرات.

ب. حازت الأساليب المنطقية على المركز الأول بنسبة 73.6%، في الاتجاه العام لفئة الأساليب المتبعة، وفي إطارها تقدمت الأدلة والشواهد بنسبة 35.1%، تلتها الإحصائيات بنسبة 26.7%، وأخيرًا عرض وجهات نظر متعددة بنسبة 11.7%.

ت. جاء الشجب والاستنكار في المركز الأول من ردود الفعل بنسبة 35.1%، تلاه الدعوة لعقد مؤتمر بنسبة 23.7%، تبعه المسيرات بنسبة 20.7%، ثم الاعتصام.

19. دراسة غبن (2019)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة للتعرف على الأطر الخبرية لانتفاضة القدس في المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية، ومدى اهتمام هذه المواقع بتغطية انتفاضة القدس، وأهم القضايا والمصادر وعناصر الإبراز والوسائط المتعددة المستخدمة، ومعرفة أوجه الشبه والاختلاف بين المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية في تغطيتها وتأييدها لانتفاضة القدس. وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية واستخدمت في إطارها منهج الدراسات المسحية، الذي تم من خلاله استخدام أسلوب تحليل المضمون ومنهج العلاقات المتبادلة، ومن خلاله أسلوب المقارنة المنهجية، واختار الباحث موقعي صحيفتي النيويورك تايمز والواشنطن بوست الأمريكيتين، بأسلوب الحصر الشامل خلال الفترة من 2015/10/01م حتى 2016/10/1م بواقع (233) مادة، واعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الخبرية، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. تصدرت قضايا القتل فئة قضايا انتفاضة القدس في المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية تلتها قضايا الطعن، وكانت قضايا القتلى الفلسطينيين، أكبر من ضعف قضايا القتلى الإسرائيليين.

(1) غبن، الأطر الخبرية لانتفاضة القدس في المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية: دراسة تحليلية مقارنة.

ب. اعتبر موقعا الدراسة الفلسطينيين هم المسؤولين بالدرجة الأولى عن انتفاضة القدس بنسبة 83%، وأن السبب الرئيس في اندلاع الانتفاضة هو التحريض الإعلامي الفلسطينية بنسبة 39.2%.

ت. اعتمد موقعا الدراسة كثيراً على المصادر الصحفية الأولى خاصة المراسل بنسبة 65.7% والوكالات بنسبة 31%.

20. دراسة جرار (2019)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة للتعرف على الموقف الرسمي الفلسطيني من صفقة القرن، والموقف الشعبي والحزبي والمؤسساتي، كما هدفت للتعرف على دور المؤسسة الرسمية الفلسطينية في مواجهة صفقة القرن، ودور المواطن الفلسطيني والإعلام الفلسطيني في مواجهة الصفقة، كما افترضت الدراسة أن الاستراتيجية الفلسطينية في مواجهة صفقة القرن تتمثل في إنهاء الانقسام وتحقيق الوحدة الوطنية، وتعزيز المقاومة الشعبية للاحتلال، وتبني نموذج الصمود المقاوم للمواطن الفلسطيني، وقد بنيت الدراسة على مجموعة من التقارير الصحفية والتحليلية والاستطلاعية واستطلاعات الرأي العام وعلى مجموعة من المقابلات والمعمقة، واستخدمت نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات)، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. أظهرت الدراسة أن صفقة القرن مشروع صهيوني أمريكي، لتصفية القضية الفلسطينية، وهو غير منقطع عن محاولات تصفيتها، منذ قرن من الزمن أو أكثر.
- ب. هدف الصفقة تثبيت فكرة أن القدس عاصمة لدولة إسرائيل، عبر تثبيت تلك الوقائع على الأرض من خلال نقل السفارة الأمريكية للقدس الشرقية، وإسقاط حق العودة.
- ت. تبني صفقة القرن الرؤية الإسرائيلية السلام مقابل الاقتصاد، وذلك من خلال الترويج لازدهار اقتصادي إقليمي تنتج عنه دولة فلسطيني منزوعة السلاح.

21. دراسة أبو عرقوب (2018)⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الكيفية والأساليب والتقنيات المستخدمة في الخطاب الإعلامي الأمريكي الرسمي، وتعرف المصطلحات المستخدمة والصورة الذهنية التي تحاول الإدارة الأمريكية لتعريف مصطلح صفقة القرن بحسب الرؤية الأمريكية، ودراسة السياقات التي استخدم المصطلح فيها، وأبعاد كل ذلك، إضافة إلى أهمية إدراك مخاطر التدفق الإعلامي

(1) جرار، الاستراتيجية الفلسطينية في صد صفقة القرن ومواجهتها.

(2) أبو عرقوب، صفقة القرن من منظور الإعلام وهندسة الجمهور تحليل نقدي للخطاب الرسمي الأمريكي.

لمصطلح صفقة القرن ومضامينه على الجماهير المتلقية، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج النوعي الذي يستخدم أدوات الملاحظة العلمية لجمع المعلومات والبيانات غير الإحصائية، واستخدمت أداة التحليل النقدي للخطاب الإعلامي، واستخدمت نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات)، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. أطراف الصفقة ومكوناتها الفاعلة والرئيسية هي: إسرائيل، الفلسطينيون، ترامب، السلام، القدس، وهذه الأطراف شكلت جوهر الحديث عن صفقة القرن مع غياب عربي ودولي.
- ب. اعتمد الخطاب الأمريكي على مبدأ التأثير في العقل اللاواعي للجمهور المخاطب، من خلال محاولة ربط الصفقة بالصور والقيم الإيجابية والإنسانية.
- ت. اعتمدت الإدارة الأمريكية في نقل صورة الصفقة على مبدأ التدفق الإعلامي، الذي عززته القوة الأمريكية، لكونها المصدر الإعلامي والإخباري الأول للصفقة.

22. دراسة عبد الله (2018)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم النخبة السياسية، وإيجاد التعريف الأدق في الفترة اللاحقة لتوقيع اتفاقية أوسلو، وتبيان توجهات النخبة الفلسطينية بحقولها المتعددة، ومواطن القوة لكل نخبة منها، وتم استخدام منهج دراسة الحالات لإثبات هذه الفرضية، من خلال التركيز على أبرز التحولات في مواقف ومكانة كل نخبة، ومآلات هذه التحولات، كما اعتمدت الباحثة على المنهج المقارن لإجراء المقارنات بين مواقف ومكانة النخب، خلال فترات زمنية مختلفة، وتداعيات التبدل في أحوالها، ومواقفها في كل فترة، وتواصلت الدراسة إلى:

- أ. تلعب النخبة الفلسطينية أدوارًا رئيسية في صنع واقع اجتماعي وسياسي واقتصادي، مهد الطريق للقرارات الرسمية، والمواقف التي تبنتها السلطة، ومنظمة التحرير الفلسطينية.
- ب. فرضت التغيرات في مكانة النخب وعلاقتها مع السلطة الفلسطينية، بعض التغيرات على شكل الحكومة، باستحداث مناصب جديدة أو استبدال بعض النخب بنخب مهنية.
- ت. لم تعمل النخب الفلسطينية على تطوير أي استراتيجيات ضاغطة باتجاه تبني النظام السياسي الفلسطيني قرارات سياسية جديدة، واتسمت توجهاتها بالرتابة، إن كان على مستوى خطاباتها الرسمية وتحركاتها الميدانية.

(1) عبد الله، التغيرات في تكوين وتوجهات النخبة الفلسطينية وأثرها على القرار السياسي الفلسطيني (1993-2016).

23. دراسة حمزاوي (2018م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى الوصول إلى تصور شامل للسياسة الخارجية الأمريكية تجاه القضية الفلسطينية والوقوف على بدئها وتطورها عبر مراحلها، والدوافع المعلنة والخفية ومدى جدية الإدارات الأمريكية في حل القضية إلى جانب تحليل موقف الرئيس الأمريكي ترامب منها في ضوء العلاقة المميزة بين أمريكا وإسرائيل، للتعرف على دلالاته واستشرافاً لمستقبله، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات عن طريق الوثائق والمراجع والدوريات، واستخدمت نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات)، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. أن السلوك السياسي الذي انتهجته الإدارات الأمريكية إزاء الصراع الإسرائيلي الفلسطيني برهن على أنّ التسويات السياسية تتحدّد بموازين القوى السائدة على مسرح الصراع والاتفاقيات المبرمة بين الدول واللاعبين غير الدولتين في الصراع، كما تستجيب تفضلياً لمصالحهم الطبقية، تبعاً لموازين القوى القائمة وقت إبرامها.
- ب. أن الجمود سيظل مهيمناً على القضية الفلسطينية حتى إشعار آخر، وقد يزداد سوءاً، سيما مع تراجع مكانة القضية الفلسطينية في الأجندات الدولية والإقليمية والمحلية في ظل انحياز ترامب لإسرائيل، وعدم تقديم رؤية واضحة بشأن حل الدولتين.
- ت. ثابته السياسة الأمريكية في الشرق الأوسط تقوم على مساندة إسرائيل ودعمها في بسط نفوذها والسيطرة الكاملة على مقدرات الشعب الفلسطيني، فضلاً عن تفضيل سياسة الحفاظ على الوضع القائم، وأي تغيير في الإدارة في أمريكا لا يترتب عليه تغيير تلقائي في السياسة الخارجية وأهدافها فيما يخص القضية الفلسطينية.

24. دراسة محفوظ (2018م)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى تشخيص مرتكزات الخطاب السياسي لإدارة ترامب تجاه القضية الفلسطينية، وكشف جوهر ومضمون الخطاب الإعلامي لإدارة ترامب تجاه القضية، ومعرفة انعكاسات الخطاب الإعلامي لإدارة ترامب في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب تحليل

(1) حمزاوي، الثابت والمتغير في السياسة الخارجية الأمريكية تجاه القضية الفلسطينية: قراءة في السياسة الخارجية الجديدة للرئيس ترامب.

(2) محفوظ، الخطاب الإعلامي لإدارة ترامب تجاه القضية الفلسطينية.

المضمون لمفردات الخطاب السياسي والإعلامي لترامب، ومنهج دراسة الحالة، خلال عام 2017م، واستخدمت نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات)، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. البعد الأيديولوجي والعقائدي والثقافي والاقتصادي في الخطاب السياسي الإعلامي لإدارة ترامب تجاه القضية الفلسطينية يعكس قرار الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل والبعد الديني ونظرة اليهود للمدينة وأماكنها المقدسة.

ب. سيطرت مفردات الواقعية السياسية في الخطاب الإعلامي لإدارة ترامب تجاه القضية الفلسطينية وذلك سعياً منه وفريقه الإداري لتوسيع نفوذ القوة وتعظيم المكاسب.

ت. برزت لغة الاستعلاء وتضخيم الأنا وجنون العظمة أمام شاشات الإعلام في طرحه لمختلف القضايا أمام الرأي العام الأمريكي والدولي من أجل إحداث تعاطف وتأييد مطلق لكافة سياساته ومنها سياسته الخارجية تجاه قضايا الشرق الأوسط وفلسطين.

25. دراسة السطري (2016)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى بحث تطورات الصراع العربي - الإسرائيلي، والتغييرات التي طرأت على الفكر السياسي الفلسطيني، منذ صدور قرار مجلس الأمن 242، وحتى توقيع اتفاقية أوسلو في 1993م، من خلال دراسة مشاريع التسوية السياسية للصراع العربي - الإسرائيلي في مجلة شؤون الفلسطينية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت في إطارها منهج البحث التاريخي، وتناولت الدراسة مشاريع التسوية حسب سنة صدورها في مجلة شؤون فلسطينية منذ عام 1971م حتى 1993م، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. أهملت مجلة شؤون فلسطينية مواقف التنظيمات الفلسطينية المعارضة للخط السياسي لقيادة منظمة التحرير من مشاريع التسوية في مرحلة ما بعد بيروت وحتى آخر أعدادها.

ب. اختلفت طريقة دراسة مشاريع التسوية، حيث كانت دراسة المشاريع الفلسطينية تنظيرية، والمشاريع غير الفلسطينية نقدية.

ت. لا يوجد موقف عربي موحد تجاه القضية الفلسطينية، وإنما مواقف عربية متباينة قائمة على توظيف القضية الفلسطينية لخدمة مصالحها.

(1) السطري، مشاريع التسوية السياسية الرسمية للصراع العربي الإسرائيلي في مجلة شؤون فلسطينية (1971-1993).

26. دراسة أبو داير (2015م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة على إلى التعرف على أثر الخطاب الإعلامي لفصائل اليسار الفلسطيني على التنمية السياسية لدى طلبة جامعات قطاع غزة، وإظهار دور الخطاب الإعلامي لفصائل اليسار إزاء الوعي السياسي لدى الطلبة في القضايا المختلفة، وتوضيح مدى ثقة الطلبة بالخطاب الإعلامي لفصائل اليسار، وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت منهج المسح بالعينة، وتم جمع البيانات عن طريق أداتين "الاستبانة مع الطلبة والمقابلة الشخصية مع (7) شخصيات من قادة فصائل اليسار الفلسطيني، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية طبقية من طلبة جامعات قطاع غزة مكونة من (382) مفردة، واعتمدت الدراسة على نظريتي الإطار الإعلامي والأجندة، وتوصلت الدراسة إلى:

- أ. أكد 36.9% من أفراد العينة أن مستوى أداء الخطاب الإعلامي لفصائل اليسار الفلسطيني في القضايا السياسية متوسط، و22.7% يرون أن قضية اللاجئين أهم القضايا السياسية الفلسطينية التي يكون لفصائل اليسار دور بارز في خطابها.
- ب. يرى 45.3% من أفراد العينة أن اتجاه الخطاب الإعلامي لفصائل اليسار الفلسطينية محايد في تناول القضايا السياسية، و54.2% يرون أن هذا الخطاب يؤثر على قرارات السلطة الفلسطينية ومنظمة التحرير.
- ت. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة أداء الخطاب الإعلامي لفصائل اليسار الفلسطيني تعزى للبيانات الديمغرافية للمبحوثين من حيث "النوع الاجتماعي، التخصص، المستوى الدراسي، التأييد السياسي".

27. محسن (2015م)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مرتكزات الخطاب الصحفي الفلسطيني إزاء قضية الأسرى، والكشف عن أبرز أطروحاته، والقوى الفاعلة الواردة فيه، والأطر المرجعية التي استند إليها، وتعرف رأي قادة الأسرى المحررين إزاء الخطاب الصحفي الفلسطيني لقضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي واقتراحاتهم لتطويره، وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث استخدمت منهج الدراسات المسحية وفي إطاره مسح جمهور وسائل الإعلام، ومنهج تحليل الخطاب الإعلامي، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، وتم

(1) أبو داير، أثر الخطاب الإعلامي لفصائل اليسار الفلسطيني على التنمية السياسية لدى طلبة جامعات قطاع غزة.

(2) محسن، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي: دراسة وصفية.

جمع بيانات الدراسة عن طريق استمارة تحليل الخطاب الصحفي، والمقابلة، وشملت عينة الدراسة التحليلية صحيفتي الحياة الجديدة وفلسطين، وتمتد العينة من 18 أكتوبر 2011م وحتى 18 أكتوبر 2013م، والدراسة الميدانية شملت (20) محرراً، واعتمدت الدراسة على نظريتي تحليل الإطار الإعلامي وترتيب الأولويات، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. جاءت أطروحتا شاليط وصفقة وفاء الأحرار ومعاناة الأسرى وذويهم أولاً بنسبة بلغت 23.9%، وجاءت أطروحة شهداء الأسرى ثالثاً بنسبة 19.5%.

ب. حصل الإطار القانوني على أعلى نسبة التي بلغت 25%، وجاء الإطارين التاريخي والإنساني بالمرتبة الثانية بنسبة 16.1% لكل منهما.

ت. أكد المحررون على أن خطاب الصحف الفلسطينية نحو قضية الأسرى مقصر ويغفل موضوعات مهمة ولا يتعمق بالقضية بنسبة 47.1%.

2.8. العجلة (2015م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان الإسرائيلي في الضفة الغربية، والوقوف على أطروحاته، ورصد الصفات والأدوار الإيجابية والسلبية المنسوبة إلى القوى الفاعلة، ومسارات البرهنة التي يستند إليها منتج الخطاب، وكذلك معرفة أجندة صحف الدراسة إزاء قضية الاستيطان، والتعرف على الأطر الإعلامية التي قدمت من خلالها هذه الصحف حدث الاستيطان، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج تحليل الخطاب، ومنهج الدراسات المسحية وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات عن طريق استمارتي تحليل الخطاب وتحليل المضمون، وشملت عينة الصحف: القدس، الحياة الجديدة، وفلسطين، في الفترة من 1 يناير 2012م حتى 31 ديسمبر 2012م، واعتمدت الدراسة على نظريتي تحليل الإطار الإعلامي، وترتيب الأولويات، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. جاءت أطروحة تداعيات سلبية للاستيطان على الشعب الفلسطيني في المرتبة الأولى بنسبة 28.8%، تلتها أطروحة تواطؤ حكومة الاحتلال مع المستوطنين بنسبة 24%.

ب. احتلت مسارات برهنة حقائق ووقائع المرتبة الأولى بنسبة 42.4%، وتلتها كلاً من أقوال مسؤولين وعرض وجهة نظر واحدة بواقع 14.1% لكل منهما

(1) العجلة، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان الإسرائيلي في الضفة الغربية: دراسة تحليلية مقارنة.

ت. كشفت عن تقدم إطار الصراع على الأطر الإعلامية لموضوعات الاستيطان بنسبة 75.4%، وتلاه إطار المسؤولية بنسبة 13%.

29. خريس (2015م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية، والوقوف على أطروحاته، ورصد الصفات والأدوار المنسوبة إلى القوى الفاعلة، والحجج والبراهين والأطر المرجعية التي يستند إليها منتجو الخطاب، إضافة إلى معرفة أدوار ومواقف القائمين بالاتصال نحو قضية المقاومة الفلسطينية، ومدى انعكاس توجهاتهم الفكرية والسياسية عليها، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج تحليل الخطاب، ومنهج الدراسات المسحية وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة تحليل الخطاب الصحفي، وصحيفة الاستقصاء، وكانت عينة الدراسة "صحيفتي فلسطين والحياة الجديدة" والتي تمتد من يوليو 2007 وحتى 31 ديسمبر 2012، بأسلوب عينة الأسبوع الصناعي، والعينة الميدانية مع (7) من القائمين بالاتصال في صحف الدراسة، واعتمدت الدراسة علي نظريتي تحليل الاطار الاعلامي وحارس البوابة الاعلامية، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. جاءت أطروحة إجراءات الاحتلال أولاً بنسبة 19.1%، ثم أطروحة المقاومة المسلحة بنسبة 17.3%، وتلتها أطروحة المقاومة السلمية بنسبة 15%.

ب. احتل مسار البرهنة وجهة نظر واحدة المرتبة الأولى بنسبة 34.3%، وتلاه الاستدلال بأحداق ووثائق بنسبة 28.9%، ثم شواهد تاريخية بنسبة 14.9%.

ت. بينت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال في صحيفتي فلسطين والحياة الجديدة يؤيدون جميعهم من حيث المبدأ خيار المقاومة لتحقيق الحقوق الفلسطينية بنسبة 100%.

30. العجلة (2014م)⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى رصد الخطاب الصحفي نحو قضية القدس في الصحافة العربية الدولية وتحليله، والوقوف على مسارات البرهنة، ورصد أدوار القوى الفاعلة السلبية والإيجابية، وكذلك التعرف على تحليل المضمون لتغطية صحيفتي الدراسة لقضية القدس من ناحية أهم القضايا والفعاليات، والحلول التي تم طرحها بخصوص القدس، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات

(1) خريس، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة.

(2) العجلة، رامي. الخطاب الصحفي نحو القدس في الصحافة العربية الدولية، دراسة تحليلية مقارنة.

الوصفية، مستخدمة ثلاثة مناهج هي: تحليل الخطاب، ومنهج الدراسات المسحية وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومنهج العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات عن طريق استمارتي تحليل الخطاب الصحفي، وتحليل المضمون، وشملت عينة الصحف: القدس العربي، والحياة اللندنية، وتمتد العينة الزمنية من 1 يناير 2012 وحتى 31 ديسمبر 2012م، واعتمدت الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. حصلت قضية الانتهاكات في المسجد الأقصى على المرتبة الأولى بنسبة 29.3%، وتلاها الاستيطان بنسبة 24.3%.

ب. تصدرت مسارات البرهنة التاريخية المرتبة الأولى بنسبة 37.5%، تلتها مسارات طرح أمثلة بنسبة 25%.

ت. اتسمت أدوار القوى الفلسطينية بالإيجابية وجاءت بالمرتبة الأولى بنسبة 52.6%، أما القوى الإسرائيلية فكانت أدوارها سلبية بنسبة 45.8%.

3.1. أبو مزيد (2014م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية، والوقوف على أطروحاته، ورصد الصفات والأدوار المنسوبة إلى القوى الفاعلة، والحجج التي يستند إليها منتجو الخطاب، إضافة إلى معرفة أدوار ومواقف القائمين بالاتصال في صحيفتي الدراسة نحو قضية المصالحة الفلسطينية، ومدى انعكاس توجهاتهم الفكرية والسياسية عليها، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة، ومنهج تحليل الخطاب، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، أما أداتا الدراسة فهما: استمارة تحليل الخطاب الصحفي، وصحيفة الاستقصاء، وشملت عينة الصحف صحيفتي الحياة الجديدة وفلسطين في المدة الزمنية الممتدة من 11 فبراير 2009م وحتى 21 فبراير 2012م، وشملت عينة القائم بالاتصال (20) مبحثاً مثلوا الكتاب الذين تناولوا قضية المصالحة الفلسطينية في صحيفتي الدراسة، واعتمدت الدراسة على نظريتي تحليل الإطار الإعلامي وحارس البوابة الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. تصدر أطروحة الحكومة في صحيفتي الدراسة بنسبة 23.6%، تلتها أطروحة الانقسام الفلسطيني بنسبة 21.1%، ثم جاءت أطروحة الأمن بنسبة 14.4%.

(1) أبو مزيد، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة: دراسة وصفية.

ب. جاءت الصفات والأدوار المنسوبة للولايات المتحدة الأمريكية والاحتلال "الإسرائيلي" سلبية مطلقة في صحيفتي الدراسة بنسبة 100%، كما أظهرت النتائج أن المرجعية السياسية جاءت في المركز الأول في الصحيفتين بنسبة 37.9%.

ت. اتفق القائمين بالاتصال على أن التوجه الأيديولوجي للكاتب يعد من العوامل المؤثرة في تشكيل مواقفه نحو قضية المصالحة الفلسطينية، وأن للسياسة التحريرية للمؤسسة الصحفية تأثيراً كبيراً جداً على العاملين فيها.

32. دراسة أبو جاسر (2013)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى توضيح الأبعاد الجيوسياسية لرؤية حل الدولتين، وأثرها على مستقبل القدس وأثر استمرار الاستيطان على هذه الرؤية، والاشتراطات الإسرائيلية لإقامة الدولة الفلسطينية، وإبراز الأبعاد الديموغرافية لرؤية حل الدولتين، وأثرها على قضية اللاجئين الفلسطينيين وعلى فلسطينيين 1948م، وأوضحت الدراسة موقف الأطراف المعنية إقليمياً ودولياً من رؤية حل الدولتين، وخاصة المواقف الفلسطينية والإسرائيلية منها، وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت من خلالها منهج الدراسة المسحية، وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، والمنهج التاريخي، في فترتي إدارة الرئيس بوش الابن حتى فترة إدارة الرئيس أوباما، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. تراجع التسوية السياسية القائمة على رؤية حل الدولتين وعدم إمكانية تطبيقها بسبب استمرار تعنت حكومة نتنياهو وعدم توفر القدرة والرغبة في المضي في تسوية تؤدي إلى قيام دولة فلسطينية مستقلة، عاصمتها القدس الشرقية.

ب. سعت إسرائيل لاستخدام المفاوضات كورقة لتغطية مواصلة فرض رؤيتها بقوة الاستيطان والتهديد.

ت. إصرار إسرائيل على استمرار الاستيطان يهدد بانتهاء فرصة رؤية حل الدولتين، ويمثل خطراً حقيقياً على إمكانية تحقيق هذه الرؤية.

33. المناعمة (2012م)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي الفلسطيني تجاه قضية اللاجئين في الصحافة الفلسطينية، والوقوف على توجهاتها المعلنة عن طريق استخراج الأطروحات والحجج

(1) أبو جاسر، رؤية حل الدولتين وأثرها على التسوية السياسية للقضية الفلسطينية.

(2) المناعمة، الخطاب الصحفي الفلسطيني تجاه قضية اللاجئين: دراسة تحليلية مقارنة.

التي ساقها كل خطاب، والوقوف على الدور الذي مارسه القائم بالاتصال في إبراز قضية اللاجئين وتداعياتها، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج تحليل الخطاب، ومنهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، أما أدوات الدراسة فكانتا استمارة تحليل الخطاب، وصحيفة الاستقصاء المقننة، وأما عينة مصادر الصحف فكانت صحيفتي الحياة الجديدة والرسالة، وذلك خلال المدة الزمنية من بداية الانقسام 14 يونيو 2007م وحتى 31 ديسمبر 2010م، والعينة الميدانية أجريت على القائمين بالاتصال في صحف الدراسة، معتمدةً على نظريتي القائم بالاتصال (حارس البوابة)، وتحليل الإطار الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. تراجع اهتمام صحيفة الحياة الجديدة الحكومية في خطابها الصحفي بقضية معاناة اللاجئين الفلسطينيين عنه في صحيفة الرسالة الحزبية.

ب. أظهرت التباين بين صحيفتي الحياة الجديدة والرسالة نحو قضية اللاجئين الفلسطينيين؛ بسبب مرجعيتهما الفكرية.

ت. بينت النتائج تأثير الأطر المرجعية لصحيفتي الدراسة على توجهات القائم بالاتصال في كل منهما.

34. دراسة حسون (2011)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى كشف حقيقة مشاريع الحل لدى الجانب الفلسطيني والظروف التي قادت إليها، والدور الذي مارسه النظام السياسي الفلسطيني وطبيعة تعاطيه مع هذه المشاريع، وإلى أين وصلت وأوصلت معها القضية الفلسطينية، وطرح رؤية للخيار البديل، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، ومن خلالها استخدمت المنهج التاريخي القائم على التحليل العلمي، لتحليل مشاريع التسوية في الفترة من 1965م حتى 2010م، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. هناك تلازم بين مشاريع التسوية وعلاقتها بالنظام السياسي، وأن الأولى لم تجد لها طريقاً إلا من خلال الثغرات التي فتحت في جسد ذلك النظام منذ إعلان منظمة التحرير في 1964م.

ب. لم يكتف النظام السياسي الفلسطيني بالجري وراء مشاريع أقرب إلى الوهم من الحقيقة، بل تخلى عن أوراق قوته التي كان لا بد أن يحتفظ بها، وتوظيفها في لعبة المساومات هي المقاومة والوحدة الوطنية والاتحاد بالبعد العربي والإسلامي الممانع.

(1) حسون، مشاريع حل القضية الفلسطينية، وأزمة النظام السياسي الفلسطيني (1965-2010).

ت. أصبحت الأمور أكثر صعوبة مع وجود الانقسام الفلسطيني واستمراره، مما يستدعي البحث عن حل بديل يخرج الوضع الفلسطيني برمته من أزمتة الراهنة.

35. دراسة Amer & Amer (2011م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى تحليل التغطية الإخبارية الأمريكية للانتهاكات الإسرائيلية بحق الوجود العربي والإسلامي في مدينة القدس، وتدخل هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية، وقد استخدم فيها الباحث منهج تحليل الخطاب النقدي، وكانت عينة الدراسة هي جميع التقارير الصحفية التي نشرتها واشنطن بوست والنيويورك تايمز، أما مجتمع الدراسة فهو الصحفتين الأمريكيتين نيويورك تايمز وواشنطن بوست خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1 سبتمبر حتى 31 أكتوبر 2011م، معتمدةً على نظرية تحليل الخطاب الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى:

أ. أغفلت الصحفتان المعلومات التي تتعلق بالممارسات الإسرائيلية بحق القدس، والتي تتناقض مع القانون الدولي والأمم المتحدة.

ب. التغطية الإخبارية للوضع في القدس تجاهلت ذكر سياقاته التاريخية والسياسية المؤثرة.

ت. انتقاء الأخبار والمعلومات والمفردات بما يتناسب مع المبررات الإسرائيلية.

موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

1. أوجه الشبه والاختلاف:

أ. اتفقت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في انتمائها للبحوث الوصفية.

ب. اختلفت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة في الموضوع، وهو اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الفلسطيني لصفحة القرن.

ت. تشابهت هذه الدراسة مع جميع الدراسات السابقة في استخدام المنهج المسحي، واختلفت مع دراسة كل من القاضي (2020م)، وعبد العاطي (2019م)، وغبن (2019م)، ومحسن (2015م)، والعجلة (2015م)، وخريس (2015م)، وأبو مزيد (2014م)، وأبو جاسر (2013م)، والمناعمة (2012م)، في استخدام منهج تحليل الخطاب، ومع أبو عرقوب (2018م) في استخدام المنهج النوعي، ومع عبد الله (2018) في استخدام المنهج المقارن، ومع السطري (2016م)، وحسون (2011م) في استخدام منهج البحث التاريخي.

(1) Amer & Amer, US media coverage of the situation in Jerusalem.

ث. تشابهت هذه الدراسة مع دراسة كل من أبو ليلي (2020م)، وبدر (2017م)، والبطش (2016م)، وأبو قوطة (2015م)، وبربخ (2014م)، وحرب (2014م)، وعمير (2012م)، وعابد (2010م)، ومحسن (2015م)، في استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، فيما اختلفت مع دراسة الأطرش (2017م)، وزغرة (2016م)، الدريملي (2015م)، والطاهر وقنوعي (2015م)، الطوالبة (2014م)، وخريس (2015م)، وأبو مزيد (2014م) في استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة، كما اختلفت مع دراسة عبد العاطي (2019م)، وغبن (2019م)، وبدر (2017م)، والعجلة (2015م)، وأبو جاسر (2013م) في استخدام أسلوب تحليل المضمون، وتشابهت مع دراسة أبو ليلي (2020م)، والقاضي (2020م)، وعبد العاطي (2019م)، وغبن (2019م)، والبطش (2016م)، ومحسن (2015م)، وخريس (2015م)، والمناعمة (2012م) في الاعتماد على منهج العلاقات المتبادلة وتوظيف أسلوب المقارنة المنهجية، مع دراسة محسن (2015م)، والبطش (2016م)، وأبو مزيد (2014م)، والدريملي (2015م)، في توظيف الدراسات الارتباطية.

ج. تشابهت هذه الدراسة مع دراسة أبو ليلي (2020م)، والأطرش (2017م)، وزغرة (2016م)، والدريملي (2015م)، وبربخ (2014م)، وحرب (2014م)، وعابد (2010م)، وأبو داير (2015م)، في استخدام أدوات صحيفة الاستقصاء والمقابلة لجمع البيانات، واختلفت مع عبد العاطي (2019م)، وغبن (2019م)، وبدر (2017م)، والعجلة (2015م)، في استخدام استمارة تحليل المضمون، ومع دراسة القاضي (2020م)، ومحسن (2015م)، والعجلة (2015م)، وخريس (2015م)، وأبو مزيد (2014م)، المناعمة (2012م)، Amer & Amer (2011م) في استخدام أداة تحليل الخطاب، ومع جرار (2019م) في استخدام المقابلات المعمقة، ومع أبو عرقوب (2018م) في استخدام الملاحظة العلمية.

ح. توافقت هذه الدراسة مع دراسة أبو ليلي (2020م)، والعبادي (2014م)، وHeinrichs (2019م)، والحافي وطبيل (2017م)، وبدر (2017م)، والبطش (2016م)، وأبو قوطة (2015م)، وبربخ (2014م)، وحرب (2014م)، وعمير (2012م)، وعابد (2010م)، وأبو داير (2015م)، في اختيار عينة من النخب السياسية والإعلامية والأكاديمية.

خ. اختلفت هذه الدراسة مع دراسة أبو ليلي (2020م)، والأطرش (2017م)، وبدر (2017م)، والبطش (2016م)، وأبو قوطة (2015م)، وبربخ (2014م)، وحرب (2014م)، وعابد

(2010م) في الاعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واختلفت مع الأطرش (2017م) في الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباع، ومع الديرمللي (2015م) في الاعتماد نظرية المسؤولية الاجتماعية، ومع غبن (2019م) في استخدام نظرية الأطر الخيرية، ومع عابد (2010م) في استخدام نظرية الغرس الثقافي، ومع أبو مزيد (2014م) وخريس (2015م) والمناعمة (2012م) في الاعتماد على نظرية حارس البوابة، كما وانفتقت مع دراسة عبد العاطي (2019م)، وبدر (2017م)، في الاعتماد على نظرية وضع الأجندة الإعلامية.

2. حدود استفادة الباحث من الدراسات السابقة:

وتم الاستفادة من الدراسات السابقة على النحو الآتي:

- أ. تعميق فهم الباحث وبلورته لمشكلة الدراسة، ما سهل عليه صياغة الأهداف والتساؤلات.
- ب. التعرف على المناهج والأساليب والأدوات المناسبة للدراسة.
- ت. الاستفادة في صياغة فروض الدراسة بما يتواءم مع تساؤلات وأهداف الدراسة.
- ث. الاستفادة في التعرف على كيفية توظيف النظرية في دراسته.
- ج. الاستفادة في مناقشة النتائج وتحليلها، وتعزيز مصداقية بعض نتائجها من خلال مقارنتها بالنتائج الواردة في بعض الدراسات السابقة.

3. ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة، وأهم ما تضيفه:

- أ. لم تتناول أي دراسة من الدراسات السابقة موضوع اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن لذا يتضح للباحث أن موضوع الدراسة جديد ولم يسبق لأي باحث أن تناوله، وهذا ما يمنحها ميزة خاصة.
- ب. أهم ما تضيفه الدراسة إلى الدراسات السابقة هو توفير دراسة إعلامية أخرى تعزز ما سبقها من دراسات، وتسهم في إضافة قضية بحثية جديدة.

ثانياً: الاستدلال على المشكلة:

من خلال معايشة الباحث للإعلام الفلسطيني، ومتابعته للخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن، لاحظ أن الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن يعاني من الضعف والتشتت، فهو تارة موسمياً وأخرى متناقضاً، وهو ما دفع الباحث إلى إجراء دراسة استكشافية للاستدلال على المشكلة، وتم إجراء الدراسة الاستكشافية على عينة عمدية مكونة من

(25) شخصية من النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية، وهم قيادات من الفصائل الفلسطينية الخمس الكبرى في قطاع غزة: حركة حماس، حركة فتح، حركة الجهاد الإسلامي، الجبهة الشعبية، الجبهة الديمقراطية، وبعض خبراء الإعلام والصحفيين. وتوصلت الدراسة الاستكشافية إلى النتائج التالية:

1. بلغ عدد المبحوثين من الذكور 86.7% مقابل 13.3% من الإناث، وجاءت محافظة غزة في المرتبة الأولى بنسبة 40%، تلاها في المرتبة الثانية المبحوثون من رفح وخانيونس بنسبة 20% لكل محافظة، بينما جاءت في المرتبة الثالثة المنطقة الوسطى بنسبة 13.3%، وأخيراً محافظة الشمال بنسبة 6.7%.
2. جاءت أعمارهم ما بين 30 إلى أقل من 40 عاماً بالمرتبة الأولى بنسبة 73.3%، وحلت الأعمار من 20 إلى أقل من 30، ومن 40 إلى أقل من 50 عاماً في المرتبة الثاني بنسبة 13.3% لكل منهما، وجاءت النخبة الإعلامية بالمرتبة الأولى بنسبة 73.3%، وتلاها في المرتبة الثانية النخبة السياسية بنسبة 26.7%.
3. يتابع 80% من المبحوثين وسائل الإعلام الفلسطينية بصورة دائمة فيما يتابعها 20% في بعض الأحيان، ويقضي 33.3% من المبحوثين من 3 إلى أقل من 4 ساعات في متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية، فيما يقضي 20% منهم أقل من ساعة وأكثر من 4 ساعات، أما المتابعة من ساعة إلى أقل من ساعتين، ومن 2 إلى أقل من 3 ساعات جاءت بنسبة 13.3% لكل منهما.
4. يرى 40% من المبحوثين أن درجة اهتمام وسائل الإعلام بمتابعة قضية صفقة القرن كبيرة جداً، فيما يرى 33.3% أنها كبيرة، ويؤكد 26.7% أنها متوسطة.
5. اعتمد 80% من المبحوثين على الصحف والمواقع الإلكترونية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن، فيما يعتمد 73.3% منهم على مواقع التواصل الاجتماعي، ويعتمد 46.7% على القنوات التلفزيونية الفلسطينية، و33.3% يعتمدون على الإذاعات، و13.3% على الصحف والمجلات المطبوعة، و6.7% يعتمدون على وسائل أخرى.
6. يعتمد 40% من المبحوثين على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن بدرجة كبيرة، و26.7% يعتمدون عليها بالدرجتين الكبيرة جداً والمتوسطة، فيما جاءت المتابعة بدرجة ضعيفة بنسبة 6.7%.
7. أبدى 66.7% انطباعهم الإيجابي حول جهود وعمل الإعلام الفلسطيني، فيما كان 20% انطباعهم سلبياً، و13.3% انطباعهم محايداً، ويرى 60% من المبحوثين أن أهم القضايا

- التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني هي مسيرات العودة، و20% لقضية القدس، و13.3% لقضية الأسرى، و6.7% لعمليات المقاومة.
8. حدد المبحوثون العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن حيث أيد 46.7% تأثير عامل التوجه السياسي للقائمين عليها وسياستها التحريرية بدرجة مؤيد، و26.7% بدرجة مؤيد جداً، و20% بدرجة معارض جداً، و6.7% بدرجة محايدة.
9. أيد 33.3% من المبحوثين تأثير عامل الانقسام والوضع السياسي القائم على اهتمام وسائل الإعلام بدرجة مؤيد، فيما جاء 26.7% منهم بدرجة مؤيد جداً ومعارض جداً، و13.3% بدرجة محايد.
10. قيّم 46.7% من المبحوثين معالجة الإعلام الفلسطيني لقضية صفقة القرن على أنها متحيزة، فيما يرى 33.3% أنها موضوعية، و20% لا يدرون،
11. يؤكد 60% من المبحوثين بأن فعالية الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن متوسطة، فيما يرى 20% أنها عالية جداً، و13.3% أنها عالية، و6.7% يرون أنها منخفضة.
12. يثق 40% من المبحوثين بالخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن بدرجة متوسطة، فيما يثق 33.3% بدرجة عالية جداً، و20% بدرجة عالية، و6.7% بدرجة منخفضة.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن من خلال التعرف على درجة اهتمام النخبة بهذا الخطاب من حيث السمات والخصائص والأدوار المناطة به، ومعرفة أهم القضايا التي يواجهها ومواطن الضعف والقوة فيه، بالإضافة إلى التعرف على مقترحات النخبة لتطويره.

رابعاً: أهمية الدراسة:

يمكن تحديد هذه الأهمية على النحو الآتي:

1. الجدة، حيث إن مشكلة الدراسة -حسب علم الباحث - جديدة، ولم يسبق أن تعرض أثناء مسح التراث العلمي لدراسة تتناول اتجاهات النخبة نحو الخطاب المتعلق بصفقة القرن.
2. تكمن أهمية الدراسة في خطورة صفقة القرن علي مستقبل القضية الفلسطينية والشعب الفلسطيني، وأهمية اتجاهات النخبة نحو طبيعة الخطاب الإعلامي الفلسطيني.
3. تزداد أهمية الدراسة كونها ستساعد صانعي القرار في وسائل الإعلام الفلسطينية على رسم سياساتها الإعلامية وإرشادها إلى الطرق الأنسب لمخاطبة العالم تجاه صفقة القرن.
4. تعد النخبة السياسية والإعلامية هي الجهة الأكثر قدرة على تقييم الخطاب الإعلامي الفلسطيني، نظراً لتعاملها مع وسائل الإعلام المحلية والدولية وتعاطيها مع صفقة القرن، ولقدرتها على معرفة اللغة الأنسب للخطاب المؤثر، لما لها من دور مميز وفاعل تجاه القضايا الفلسطينية المهمة.

خامساً: أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن، وتم بلورته من خلال الأهداف الفرعية الآتية:
1. التعرف على أهم القضايا التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن من وجهة نظر النخبة.
 2. التعرف على موقع صفقة القرن في الخطاب الإعلامي الفلسطيني، والتعرف على الأدوار التي يقوم بها الخطاب الإعلامي الفلسطيني من وجهة نظر النخبة.
 3. التعرف على مدى اعتماد النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات لصفقة القرن من وجهة نظر النخبة.
 4. معرفة درجة اهتمام النخبة بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن.
 5. التعرف على اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن.
 6. التعرف على مدى فاعلية الخطاب الإعلامي الفلسطيني في صفقة القرن، وسماته، ومرتكزاته من وجهة نظر النخبة.
 7. التعرف على الإشكاليات والمعوقات (الداخلية والخارجية) التي يعاني منها الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن من وجهة نظر النخبة.

8. التعرف على مقترحات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية لتطوير الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيس "ما اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن؟"، وقد تم بلورته في التساؤلات التالية:

4. ما أهم القضايا التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن من وجهة النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية؟
5. ما موقع صفقة القرن في الخطاب الإعلامي الفلسطيني، وما الأدوار التي يقوم بها من وجهة النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية؟
6. ما مدى اعتماد النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول صفقة القرن؟
7. ما مدى اهتمام النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن؟
8. ما اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن؟
9. ما مدى فاعلية الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن من وجهة النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية؟
10. ما السمات التي يتميز بها الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن من وجهة النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية؟
11. ما أهم المرتكزات التي ينطلق منها الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن من وجهة النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية؟
12. ما الإشكاليات والمعوقات الداخلية التي يعاني منها الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن من وجهة النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية؟
13. ما الإشكاليات والمعوقات الخارجية التي يعاني منها الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن من وجهة النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية؟

14. ما مقترحات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية لتطوير الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن؟

سابعاً: فروض الدراسة:

1. **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول معوقات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن تعزى لمدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن.

2. **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن تعزى لمدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية.

3. **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول تقييم خطاب الدول لصفقة القرن تعزى لمدى الاعتماد على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن.

ثامناً: الإطار النظري للدراسة:

اعتمد الباحث على نظرية ترتيب الأولويات، وفيما يأتي عرض موجز للنظرية وكيفية توظيفها في الدراسة:

نظرية ترتيب الأولويات:

الفكرة الأساسية في هذه النظرية تقول أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية والصحافة والإذاعات والتلفزيون من حيث ترتيب أهمية الموضوعات كما يراها الذين يتابعون الأخبار، وتتصل نظرية وضع الأجندة في أساسياتها بقدرة وسائل الإعلام الإخبارية على إبراز أهمية القضايا السياسية وتشكيلها بذهن الجمهور وعلى نحو مبسط، وترى النظرية أن لوسائل الإعلام دورها في تسليط الضوء على بعض الأحداث وانتقائها أو الشخصيات والقضايا المعينة، وعبر تكرارها لهذه العملية، ومن واقع الاتساق بين ما تقدمه

وسائل الإعلام يبدأ الجمهور في تبني الأجندة التي تطرحها هذه الوسائل الإخبارية بما يقوده للتصديق والاعتناق الفعلي بأهمية وبروز هذه الأحداث والشخصيات والقضايا دون غيرها⁽¹⁾.

وتعد نظرية وضع الأجندة من نظريات التأثير المعتدل، والتي تشير إلى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور؛ إذ يعتمد هذا التأثير على مجموعة من المتغيرات الوسيطة التي قد تقوي أو تضعف هذا التأثير، ويدل مفهوم نظرية وضع الأجندة الخاص بعلاقة وسائل الاتصال بالجمهور، أن وسائل الاتصال هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار، فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من الأولويات المهمة لدى الجمهور، وهكذا فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كانت غير ذلك، مجرد النشر في حد ذاته يُعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات، بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق غيرها من الموضوعات⁽²⁾.

وبناء على ذلك يسهم استخدام هذه النظرية كثيراً في تشكيل الرأي العام ورؤيته للقضايا التي توجه المجتمع، فمن خلال التركيز على قضايا معينة وتجاهل أخرى تحدد وسائل الإعلام أولويات أفراد المجتمع في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بقطاعات متنوعة في المجتمع.

وعلى أساس هذا المفهوم تساعد نظرية وضع الأجندة الجمهور على التفكير في القضايا التي تحدها وسائل الإعلام، بحيث يؤكد "Patterson" أن مفهوم ترتيب الأولويات يمثل العملية التي تبرز بها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة وتستحق رد فعل السلطة، ما دام الرأي العام نحو القضية قد تشكل عن طريق وسائل الإعلام⁽³⁾.

كيفية استفادة الدراسة من النظرية:

وظّف الباحث نظرية وضع الأجندة من خلال الآتي:

1. معرفة اتجاهات النخبة الإعلامية والسياسية الفلسطينية تجاه الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن.
2. قياس درجة اهتمام الخطاب الإعلامي الفلسطيني بصفقة القرن.
3. تعرّف أهم قضايا وموضوعات صفقة القرن التي أولاهها الخطاب الإعلامي الفلسطيني اهتمامه.

(1) مكايي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص 288).

(2) زكريا، نظريات الإعلام (ص 6).

(3) Paterson, Political Behavior Patterns In everyday Life (p 231).

تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

1. نوع الدراسة: تقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الأحداث، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، إضافة إلى تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة، ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر⁽¹⁾.

ويعد هذا النوع من البحوث هو المناسب لهذه الدراسة من أجل الحصول على معلومات كافية ودقيقة تساعد في الكشف عن الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفحة القرن من وجهة نظر النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية.

2. المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسة:

أ. منهج الدراسات المسحية: يعد هذا المنهج من أكثر المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية؛ لكونه جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث⁽²⁾، وتسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها وفي إطاره سوف تم استخدام:

• أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام للتعرف على اتجاهات ورؤية ومواقف واتجاهات جمهور وسائل الإعلام من النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفحة القرن.

ب. منهج دراسة العلاقات المتبادلة: يسعى هذا المنهج إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها، بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة والوصول إلى خلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي⁽³⁾، وفي إطاره سوف استخدم الباحث:

(1) حسين، بحوث الإعلام (ص 131).

(2) المرجع السابق (ص 147).

(3) المرجع السابق نفسه، ص 160.

• أسلوب الدراسات الارتباطية: ويستخدم للتعرف على العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضع الدراسة⁽¹⁾، واستخدمه الباحث لاختبار فروض الدراسة والتأكد من صحتها، وللوقوف على طبيعة العلاقة الارتباطية بين بعض السمات العامة للنخبة السياسية والاعلامية وبعض متغيرات الدراسة.

3. أدوات الدراسة: استخدم الباحث في دراسته الأدوات التاليتين:

أ. صحيفة الاستقصاء: اعتمد الباحث على أداة صحيفة الاستقصاء، وهي إحدى الأدوات الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة⁽²⁾، وتتضمن عدة وحدات أهمها:

- الوحدة الأولى: السمات العامة للنخبة الفلسطينية.
- الوحدة الثانية: الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن: أهميته وفاعليته والثقة به.
- الوحدة الثالثة: سمات ومرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن والدور المطلوب.
- الوحدة الرابعة: اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة القرن.
- الوحدة الخامسة: إشكاليات ومعوقات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن.

ب. المقابلة: وهي أداة من أدوات البحث العلمي تقوم على التفاعل اللفظي عن طريق موقف مواجهة، يحاول فيه الباحث أن يستثير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين، للحصول على بعض البيانات الموضوعية، أو هي محادثة يقوم من خلالها الباحث بدراسة خبرة معينة مر بها الصحفيين عينة الدراسة في موقف معين، وهي ليس بأداة منفصلة عن الأداة الأخرى بل هي أداة إضافية مكملتها،

(1) حسين، بحوث الإعلام (ص 164).

(2) طابع، مناهج البحث وكتابة المشروع المقترح للبحث (ص 74-75).

وتعرف المقابلة بأنها "المحادثة الجادة الموجهة نحو هدف محدد غير مجرد الرغبة في المحادثة لذاتها"⁽¹⁾.

وإستخدم الباحث أداة المقابلة المعمقة لغرض الإلمام بالمشكلة وحيثياتها وعناصرها بشكل أكبر، وتعرف بأنها: "هي التي تستهدف الوصول إلى تقديرات كمية أو رقمية أو وصفية للظواهر المختلفة المرتبطة بالدراسة"⁽²⁾، وتساعد الباحث في التعرف على اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفحة القرن.

عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها:

1. **مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في مسؤولي وقادة الفصائل الفلسطينية والسياسيون المتواجدون داخل محافظات غزة الذين يسهل الوصول إليهم من الصفوة البارزة للفصائل، ونواب المجلس التشريعي، والمحليون السياسيون الذين يكتبون المقالات السياسية في الصحف الفلسطينية ويظهرون عبر وسائل الإعلام المحلية والعربية، وأساتذة العلوم السياسية والصحافة والإعلام في الجامعات الفلسطينية.

2. **عينة الدراسة:** اختار الباحث العينة المتاحة من المجتمع الأصلي كونه الأنسب لتوزيع صحيفة الاستقصاء، نظراً لصعوبة الوصول والانشغال المستمر للنخبة بشكل عام.

3. **العينة الزمنية:** تم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة من 01 يناير حتى 30 مارس 2020م.

4. **السمات العامة لعينة الدراسة:**

أ. النوع

جدول (1.1) يوضح الجنس

النوع	ك	%
ذكر	135	90.0
انثى	15	10.0
المجموع	150	100.0

(1) الشريف، مناهج البحث العلمي (ص 124).

(2) الشريف، مناهج البحث العلمي (ص 203).

يتبين من الجدول السابق أن الذكور أن الذكور من النخب الإعلامية الفلسطينية هم الأكثر متابعة لقضية صفقة القرن، حيث جاؤوا بنسبة 90.0%، بينما كانت نسبة الإناث 10.0%.

ب. المحافظة

جدول (1.2) يوضح المحافظة

المحافظة	ك	%
الشمال	21	14.0
غزة	78	52.0
الوسطى	21	14.0
خان يونس	22	14.7
رفح	8	5.3
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول السابق أن أعلى المحافظات من حيث متابعة موضوعات صفقة القرن هي محافظة غزة 52.0%، بينما تساوت كل من محافظة الشمال والمحافظة الوسطى في المرتبة الثانية بنسبة 14.0%، في حين جاءت محافظة خان يونس ثالثاً من حيث المتابعة بنسبة 14.7%، أما محافظة رفح فجاءت أخيراً بنسبة 5.3%.

ت. المؤهل العلمي

جدول (1.3) يوضح المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	ك	%
دبلوم	15	10.0
بكالوريوس	66	44.0
دراسات عليا	69	46.0
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول السابق أن النخب الفلسطينية المهتمة بمتابعة قضايا صفقة القرن كانوا من حملة الدراسات العليا في المقام الأول بنسبة 46.0%، بينما حملة البكالوريوس جاءوا في المرتبة الثانية بنسبة 44.0%، أما حملة الدبلوم حلوا ثالثاً بنسبة 10.0%. ومن هذه النتيجة يتضح حجم الاهتمام الكبير بقضايا صفقة القرن، من خلال متابعة النخب الأكثر إدراكاً وإماماً، وهم حملة درجات الماجستير والدكتوراة.

ث. العمر

جدول (1.4) يوضح العمر

العمر	ك	%
أقل من 30	32	21.3
من 30 إلى أقل من 40	70	46.7
من 40 إلى أقل من 50	34	22.7
من 50 إلى أقل من 60	13	8.7
60 فأكثر	1	0.7
المجموع	150	100.0

تبين من الجدول السابق أن الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40 سنة) هم الأكثر اهتماماً بصفحة القرن حيث جاءت بنسبة 46.7%، بينما جاءت الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) في المرتبة الثانية بنسبة 21.3%، فيما حلت الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50 سنة) ثالثاً بنسبة 22.7%، وأما الفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) حصلت على المرتبة الرابعة بنسبة 8.7%، وأخيراً جاءت الفئة العمرية (60 سنة فأكثر) بنسبة 0.7%. ويتضح من هذه النتيجة أن الفئة الأكثر متابعة لقضايا صفقة القرن هم النخبة الشابة ما بين 30 و40 سنة.

ج. نوع النخبة

جدول (1.5) يوضح نوع النخبة

نوع النخبة	ك	%
سياسية	58	38.7
إعلامية	92	61.3
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول السابق أن النخب الإعلامية هي الأعلى من حيث متابعة قضايا صفقة القرن بنسبة 61.3%، بينما النخب السياسية جاءت ثانياً بنسبة 38.7%، وهذا يرجع إلى طبيعة عملهم في المؤسسات الإعلامية التي تزودهم بالأخبار والمواد الإعلامية حولها أولاً بأول، كذلك ما يتطلبه عمل هذه النخب من تفسير وتوضيح وتحليل الأخبار والتعليق عليها.

ح. مكان العمل

جدول (1.6) يوضح مكان العمل

مكان العمل	ك	%
حزب سياسي	17	11.3
مؤسسة حكومية	31	20.7
جامعة أو كلية	41	27.3
عمل خاص	7	4.7
مؤسسة إعلامية	53	35.3
اخرى	1	0.7
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول السابق أن النخب العاملة في مؤسسة إعلامية جاءت في مقدمة النخب المتابعة لموضوعات صفقة القرن بنسبة 35.3%، بينما جاءت النخب العاملة في جامعة أو كلية في المرتبة الثانية بنسبة 27.3%، تلتها النخب العاملة في مؤسسة حكومية في المرتبة الثالثة بنسبة 20.7%، تلاها النخب العاملة في حزب سياسي في المرتبة الرابعة بنسبة 11.3%، فيما حلت النخب التي لها عملها الخاص خامساً بنسبة 4.7%، وأخيراً جاءت النخب العاملة في مؤسسات أخرى بنسبة 0.7%. وتؤكد هذه النتيجة ما جاء في نتيجة الجدول (1.5) حيث أن النخب الإعلامية جاءت في المرتبة الأولى، ويتضح من هذه النتيجة أن النخب العاملة في المؤسسات الإعلامية هم الأكثر متابعة لقضية صفقة القرن، وهو ما يمكن تفسيره بما يفرضه عليهم طبيعة عملهم من متابعة الأخبار أولاً بأول حول صفقة القرن.

خ. الانتماء السياسي

جدول (1.7) يوضح الانتماء السياسي

الانتماء السياسي	ك	%
حركة فتح	26	17.3
حركة حماس	37	24.7
حركة الجهاد الإسلامي	31	20.7
اليسار	8	5.3
مستقل	43	28.7
أخرى	5	3.3
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول السابق أن النخب المستقلة سياسياً هم الأكثر اهتماماً بمتابعة قضايا صفقة القرن بنسبة 28.7%، بينما جاء النخب التابعين لحركة حماس في المرتبة الثانية بنسبة 24.7%، فيما حصلت النخب المنتمية لحركة حركة الجهاد الإسلامي على المرتبة الثالثة بنسبة 20.7%، أما النخب التابعين لحركة فتح فجاءوا في المرتبة الرابعة بنسبة 17.3%، وفي المرتبة الخامسة جاءت النخب التابعة للياسر بنسبة 5.3%، فيما جاءت النخب ذات الانتماءات الأخرى في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.3%.

حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات:

1. **صدق الاستبانة:** يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما أعدت لقياسه، وقد

تم التحقق من صدق الاستبانة من خلال التالي:

أ. **صدق المحكمين "الصدق الظاهري":**

قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين تألفت من المتخصصين في مجال الصحافة والاعلام والاحصاء (انظر ملحق رقم 1)، وقد طلب الباحث من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملائمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة العبارات، ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي ينتمي إليه، ومدى كفاية العبارات لتغطية كل محور من محاور الدراسة، بالإضافة إلى اقتراح ما يروونه ضرورياً من تعديل صياغة العبارات أو حذفها، واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها المحكمون.

ب. **صدق الاتساق الداخلي:**

جدول (1.8) صدق الاتساق الداخلي لتقييم الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفقة القرن

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	خطاب السلطة الفلسطينية	0.56	*0.000
2	خطاب الفصائل الفلسطينية	0.53	*0.000
3	الخطاب الشعبي الفلسطيني	0.58	*0.000
4	الخطاب العربي الرسمي	0.40	*0.000
5	الخطاب "الإسرائيلي" الرسمي	0.61	*0.000
6	الخطاب الأمريكي الرسمي	0.65	*0.000
7	الخطاب الغربي الرسمي	0.48	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة، مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له على النحو الآتي:

يبين الجدول (1.8) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من 0.05 وبذلك تعد فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (1.9) صدق الاتساق الداخلي للعوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	التوجه السياسي للقائمين عليها وسياستها التحريرية	0.66	*0.000
2	موقف الوسيلة الإعلامية من صفقة القرن	0.68	*0.000
3	اهتمام الوسيلة بالقضايا السياسية الأخرى	0.63	*0.000
4	الانقسام والوضع السياسي القائم	0.64	*0.000
5	الظروف الإقليمية والدولية المساندة "لإسرائيل"	0.69	*0.000
6	خطورة صفقة القرن على القضية الفلسطينية	0.68	*0.000
7	تعد صفقة القرن أحد مشاريع التصفية للقضية الفلسطينية	0.61	*0.000
8	اعتبار صفقة القرن حل الأمر الواقع المبني على ميزان القوى العالمية	0.52	*0.000
9	اعتبار صفقة القرن أحد أشكال الانحياز الدولي اتجاه "إسرائيل"	0.59	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

يبين الجدول السابق معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من 0.05 وبذلك تعد فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (1.10) صدق الاتساق الداخلي لسمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	إنساني عاطفي	0.60	*0.000
2	عقلاني منطقي	0.52	*0.000
3	حزبي	0.53	*0.000
4	لا يفرق بين الخطاب الداخلي والخارجي	0.49	*0.000
5	منظم منسجم ذاتياً	0.43	*0.000
6	عشوائي "بدون تخطيط"	0.54	*0.000

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
7	متناقض مع نفسه	0.53	*0.000
8	رسمي	0.46	*0.000
9	إقناعي	0.53	*0.000
10	تفاعلي	0.55	*0.000
11	متعدد	0.58	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

يبين الجدول السابق معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من 0.05 وبذلك تعد فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (1.11) صدق الاتساق الداخلي للاتجاهات نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفحة القرن

م	الفقرات	معامل	القيمة
1	يحرص الجمهور على رفض صفقة القرن	0.46	*0.000
2	يكشف المواقف والتوجهات العربية والدولية من صفقة القرن	0.57	*0.000
3	يبين الموقف الفلسطيني الرسمي من صفقة القرن	0.48	*0.000
4	يساعد في الكشف عن بنود الصفقة وآليات تطبيقها	0.61	*0.000
5	يؤجج المشاعر للخروج بمسيرات رافضة لصفقة القرن	0.59	*0.000
6	يعرف الجمهور بأثار وتبعات صفقة القرن	0.65	*0.000
7	يساعد في الحصول على دعم دولي وعربي لمواجهة صفقة القرن	0.51	*0.000
8	يدفع الجمهور إلى اليأس من وقف وتمدد وتنفيذ صفقة القرن	0.64	*0.000
9	يعمل على تهدئة الرأي العام المحلي	0.63	*0.000
10	يقدم وعود زائفة حول القضاء على صفقة القرن ووقف تنفيذها	0.50	*0.000
11	يكشف مواقف الأحزاب المختلفة من صفقة القرن	0.45	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

يبين الجدول السابق معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من 0.05 وبذلك تعد فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (1.12) صدق الاتساق الداخلي لأبرز المعوقات الداخلية المؤثرة في الخطاب الاعلامي الفلسطيني

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	الانقسام الفلسطيني وتداعياته	0.40	*0.000
2	ضعف إمكانيات وسائل الإعلام الفلسطينية	0.48	*0.000
3	عدم وجود استراتيجية إعلامية موحدة لوسائل الإعلام الفلسطينية	0.44	*0.000
4	طغيان المصطلحات والمفاهيم الحزبية على الخطاب	0.55	*0.000
5	غياب التنسيق والتخطيط على مستوى الوسيلة الواحدة والوسائل الأخرى	0.45	*0.000
6	تعدد الناطقين الإعلاميين للأحزاب	0.58	*0.000
7	عدم اعتماد الخطاب الإعلامي الفلسطيني على القوانين الدولية ومبادئ	0.55	*0.000
8	الخلط بين الخطاب المحلي والخطاب الدولي الخارجي	0.49	*0.000
9	عدم ترجمة الخطاب الإعلامي الفلسطيني إلى اللغات الأخرى	0.49	*0.000
10	وجود أكثر من خطاب رسمي فلسطيني مخاطب به العالم	0.45	*0.000
11	عدم وجود موقف فلسطيني موحد من الصفقة	0.57	*0.000
12	عدم توظيف الموضوعات السياسية الوطنية بشكل جيد	0.57	*0.000
13	اتسام الخطاب الفلسطيني بالسطحية والهامشية	0.57	*0.000
14	عدم المتابعة المستمرة لقضية صفقة القرن	0.65	*0.000
15	الظروف المعيشية والحصار	0.61	*0.000
16	موسمية الخطاب وعدم الاستمرارية	0.59	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

يبين الجدول السابق معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من 0.05 وبذلك تعد فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (1.13) صدق الاتساق الداخلي لأبرز المعوقات الخارجية المؤثرة في الخطاب الاعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	هيمنة الخطاب الإعلامي الأمريكي والإسرائيلي وقوته	0.56	*0.000
2	هيمنة المصطلحات السياسية والإعلامية الأمريكية والإسرائيلية على الخطاب الإعلامي العالمي	0.66	*0.000
3	وجود قضايا دولية ساخنة حلت محل القضية الفلسطينية وأثرت سلباً على تناول الإعلام لها	0.50	*0.000
4	وجود قضايا عربية ساخنة حلت محل القضية الفلسطينية وأثرت سلباً على تناول الإعلام لها	0.54	*0.000

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
5	عدم وجود موقف عربي موحد من صفقة القرن	0.56	*0.000
6	تحيز بعض وسائل الإعلام الأجنبية تجاه قضية صفقة القرن	0.67	*0.000
7	عدم اهتمام الإعلام العربي في تغطية صفقة القرن	0.58	*0.000
8	عدم وجود فهم لمتطلبات المستقبل الأجنبي	0.57	*0.000
9	عدم رصد ومتابعة الرواية الأمريكية والاسرائيلية العالمية والتصدي لها وتقنيدها وبيان زيفها للعالم	0.63	*0.000
10	تغييب مبادئ القانون الدولي ومواد حقوق الإنسان عند نقل أخبار الحقوق الفلسطينية وخاصة القدس وصفقة القرن	0.51	*0.000
11	عدم صياغة الخطاب للغات مختلفة	0.57	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

يبين الجدول السابق معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من 0.05 وبذلك تعد فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

2. ثبات الاستبانة:

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي نفس النتيجة في حال تم إعادة تطبيقها أكثر من مرة تحت نفس الظروف، أو بعبارة أخرى إن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وقد تم حساب ثبات الاستبانة بطريقة معامل ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية:

جدول (1.14) يوضح معامل ألفا كرونباخ وسبيرمان براون ثبات الاستبانة

سيبرمان براون	معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المحور
0.74	0.71	7	تقييم الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفقة القرن
0.68	0.79	9	العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن
0.71	0.62	11	سمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن
0.70	0.79	11	اتجاهات نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن
0.72	0.70	16	أبرز المعوقات الداخلية المؤثرة في الخطاب الاعلامي الفلسطيني
0.66	0.73	11	أبرز المعوقات الخارجية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن

يبين الجدول السابق أن معاملات ألفا كرونباخ وسبيرمان براون دالة احصائياً، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بمعامل ثبات.

ثاني عشر: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قام الباحث بتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)، وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1. إحصاءات وصفية منها: النسبة المئوية والمتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، والوزن النسبي، ويستخدم هذا الأمر بشكل أساسي بهدف معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحثة في وصف متغيرات الدراسة.
2. معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient): لقياس صدق فقرات الاستبانة.
3. ومعامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
4. معامل ارتباط سبيرمان براون للتجزئة النصفية المتساوية لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
5. اختبار (Independent – Sample T-Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات الترتيبية.
6. اختبار (تحليل التباين الأحادي – one- Way ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات الترتيبية.

ثالث عشر: مصطلحات الدراسة:

1. **الاتجاهات:** وهي استعداد للاستجابة لأشياء محددة في الوسط الإنساني بطريقة معينة، وهو المصدر الحقيقي للرأي، ويتم التعرف على طبيعة اتجاهات الأفراد عندما يعبر عنها الفعل أو القول، أو بالكلمة المسموعة أو الإشارة أو الإيماءة أو الرمز⁽¹⁾. ويقصد بها درجة موافقة النخبة أو عدم موافقتهم أو حياديتهم تجله مضمون الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن، من خلال تعبيره عن اتجاهه نحوه بإجابته على الفقرات التي صممت لهذه الغاية من خلال استمارة الاستقصاء.

(1) مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور-الخصائص-النظريات (ص 359).

2. **النخبة:** هي جماعة أو جماعات من الأفراد الذين لهم خصائص مميزة تجعلهم يقومون بأدوار أكثر تميزاً في حياة مجتمعاتهم ومؤثر، هذا التميز في الأدوار يجعل لهم تأثيراً بالغاً على مجريات الأمور وتوجيهها، كما ينعكس تأثيرهم على عمليات صنع القرار المهمة في مختلف مجالات الحياة⁽¹⁾. ويقصد بهم شريحة أو طبقة من الشخصيات أكثر قدرة على التأثير من غيرهم، من خلال مواهبهم الفعلية أو المفترضة في المجال الذي يعملون فيه.

3. **النخبة السياسية:** تعرف بأنها "جماعة أو طبقة حصرية، وعادة ما تكون صغيرة العدد ومنتقاة بعناية، وتمتلك مزايا تشمل إما في التعليم الراقى أو التدريب المتخصص أو الوضع الاجتماعي المميز أو السلطة السياسية أو الحزبية أو القوة العسكرية أو قوة المال أو الأعمال، وهذه الجماعة تؤمن بأن أفكارها لها وزنها ويجب أن تؤخذ بجدية لتحقيق النفع العام"⁽²⁾، ويقصد بالنخبة السياسية المسؤولين السياسيين من أصحاب المناصب السياسية الرفيعة وأبرز قادة الفصائل الفلسطينية، ونواب المجلس التشريعي الفلسطيني.

4. **النخبة الإعلامية:** يعرفها نعوم تشومسكي بأنها "الإعلام النخبوي وأحياناً يتم وصفه بإعلام ترتيب الأولويات لأنه يمتلك الإمكانيات الهائلة ويضع الإطار الذي من خلاله يعمل الآخرون"⁽³⁾، فالنخبة الإعلامية يقصد بها رؤساء تحرير الصحف اليومية والإذاعات والفضائيات الفلسطينية، وكبار الكتاب والإعلاميين، وكبار المسؤولين في الإعلام الحكومي.

5. **الخطاب:** هو "الطريقة التي تُشكل بها الجمل نظاماً متتابعاً يسهم في نسق كلي متغاير ومتحد الخواص، وعلى نحو يمكن معه أن تتألف الجمل في خطاب بعينه وتشكل نصاً منفرداً، وتتألف النصوص نفسها في نظام متتابع لتشكل خطاباً أوسع ينطوي على أكثر من نص مفرد"⁽⁴⁾، فالخطاب هنا يقصد به الرسائل الإعلامية التي تمرر للمجتمع العربي والغربي عبر وسائل الإعلام المختلفة.

(1) بيومي، دور الصفوة في اتخاذ القرار السياسي (ص 13-14).

(2) عمير، النخب السياسية الفلسطينية وأثرها على الوحدة الوطنية: نخبة المجلس التشريعي الفلسطيني الثاني نموذجاً (ص 13).

(3) Chomsky, What makes mainstream media mainstream (Wbsite).

(4) سميمس، الخطاب الإعلامي العراقي (ص 2).

6. **الخطاب الإعلامي:** "هو النظام الفكري الذي ينطوي على مجموعة من المفاهيم حول الواقع برمته، فالسؤال ليس ما يقوله الخطاب، بل لمن سيوجهه، وما تأثيره وأبعاده"⁽¹⁾، حيث يعبر الخطاب عن مكنون النظام الإعلامي وآلياته وأهدافه وأولوياته في زمن معين، إلا أنه لا ينفك أبداً عن الخطابات الفكرية المتصارعة في المجتمع.

7. **الخطاب الإعلامي الفلسطيني:** هو عملية تتم عبر وسائل الإعلام الفلسطينية، وتقضي إلى التفاعل بين الوقائع والأحداث والأفكار، و تؤثر فيها البنية المعرفية للكاتب أو القائل اختياره للرموز اللغوية، ليعبر عن رؤيته الخاصة نحوها.

1. **صفحة القرن:** مقترح وضعه الرئيس الأمريكي ترامب لإنهاء الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، تهدف الصفقة إلى توطين الفلسطينيين في وطن بديل خارج الأراضي الفلسطينية المحتلة، وإنهاء حق اللجوء للاجئين الفلسطينيين في خارج فلسطين⁽²⁾. ويقصد بها خطة السلام الهادفة إلى حل الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، والتي قدمتها الإدارة الأمريكية في 80 صفحة بشكل منحاز إلى الجانب الإسرائيلي، ومنتكر للحقوق الفلسطينية، وأبدي الفلسطينيون رفضهم لها منذ اللحظة الأولى.

رابع عشر: تقسيم الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول:

يتناول **الفصل الأول** الإطار العام للدراسة والجراءات المنهجية وتتضمن "المقدمة، والدراسات السابقة، ومشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وتساؤلاتها وفروضها وحدودها والإطار النظري للدراسة ونوع الدراسة ومنهجها وأداتها وعينتها وتقسيمها".

بينما يتناول **الفصل الثاني** وهو بعنوان النخبة الفلسطينية ودورها في مواجهة مشاريع التسوية للقضية الفلسطينية ويشتمل على مبحثين، الأول بعنوان النخبة الفلسطينية: سمات وخصائص، أما المبحث الثاني فقد جاء بعنوان: الإعلام وصفقة القرن.

(1) أبو السعيد، متطلبات الخطاب الإعلامي الفلسطيني بعد مؤتمر أنابوليس للسلام (ص 5).

(2) موقع المعرفة، صفقة القرن (موقع إلكتروني).

ويضم الفصل الثالث "نتائج الدراسة الميدانية واختبار فروضها" ويتضمن مبحثين، المبحث الأول مناقشة نتائج سمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن وفروضياته، أما الثاني فيعرض أهم النتائج والتوصيات والمقترحات.

الفصل الثاني

النخبة الفلسطينية ودورها في مواجهة
مشاريع التسوية للقضية الفلسطينية

الفصل الثاني

النخبة الفلسطينية ودورها في مواجهة مشاريع التسوية للقضية الفلسطينية

يتناول هذا الفصل مفهوم النخبة وصفاتها، بالإضافة إلى أنواعها، ثم يعرج على أنواع النخب السياسية والإعلامية الفلسطينية من حيث المفهوم وواقعها في المجتمع الفلسطيني، إلى جانب عرض قضية صفقة القرن، مفهومها وبيئة طرحها ومحدداتها وشروطها وبنودها، والمواقف منها ومستقبلها، ثم يعرض موقف النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية من صفقة القرن، ويشتمل الفصل على ثلاث مباحث:

المبحث الأول: النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية: سمات وخصائص.

المبحث الثاني: صفقة القرن.

المبحث الثالث: خطاب النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو صفقة القرن

المبحث الأول

النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية: سمات وخصائص

تستهدف الدراسة في هذا المبحث التعريف بالنخبة وأنواعها، كما يتطرق إلى الخصائص والسمات، ومن ثم عرض للنخبة السياسية والإعلامية، والخصائص والمميزات التي تتميز بها هذه النخبة، بالإضافة إلى التعرف على نشوء النخبة الفلسطينية وما يميزها عن باقي النخب.

أولاً: مفهوم النخبة:

يعد مصطلح النخبة من المصطلحات الحديثة نسبياً والمركبة التي تضم بين طياتها الكثير من المفاهيم والمسميات، وأشارت العديد من الدراسات التي بحثت واهتمت بالنخبة إلى أن أصل المفهوم أي النخبة ليس عربياً، وهنا يمكن الإشارة إلى أن الباحثين الغربيين هم من ركزوا في دراساتهم على النخبة ونظرياتها التي تفسر كل الجوانب المتعلقة بها، كما يمكن القول إن مفهوم النخبة (Elite) مشتق من الفعل اللاتيني (eligere) وتعني (يختار)؛ أي العنصر المختار أو المنقول من ثقافة ما، والأفراد الذين يشغلون مناصب عليا⁽¹⁾.

وبالرجوع إلى الأصل العربي للمصطلح فقد "اشتق مصطلح النخبة من نخب الرجل الشيء نخباً وانتخبه؛ أي اختاره وانتقاه وأخذ نخبته، وتأسيساً على ذلك تكون النخبة وجمعها نخب وهي المختار من كل شيء، وجاء في لسان العرب لابن منظور أن كلمة نخبة مصدرها الفعل انتخب، وانتخب الشيء؛ أي اختاره، والنخبة ما اختاره منه، ونخبة القوم، ونخبتهم خيارهم.

أما التعريف اللغوي للكلمة كما استخدمه الباحثون العرب في المعاجم العربية فهو مصطلح مترجم، مرادف لمصطلح الصفوة، فمعجم لسان العرب لابن منظور، يرجع كلمة النخبة إلى انتخب الشيء في اللغة العربية؛ أي اختاره، والنخبة ما اختاره منه، ونخبة القوم، ونخبتهم خيارهم، ويقال هم نخبة القوم -بضم النون وفتح الخاء-، وإذا قيل جاء في نخب أصحابه، أي خيارهم⁽²⁾.

وتعني كلمة النخبة لغوياً أيضاً: الخلاصة؛ أي كل ما صفا منه وخلص، مثل صفوة الناس وصفوة القول، ويقال اصطفاه أي اختاره⁽³⁾.

(1) عمير، النخب السياسية وأثرها على الوحدة الوطنية (ص 13).

(2) ابن منظور لسان العرب (ص 752).

(3) أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، معجم اللغة العربية (ص 908).

وفي التعريف الاصطلاحي تدل كلمة النخبة على الشيء الأفضل الذي يستحق أن يقع عليه الاختيار والأفضلية، وتدل كذلك على الفئات الأكثر ثقافة في المجتمع، والأكثر قدرة على إدارة المجتمعات وخدمتها⁽¹⁾.

وكما ذكر عبد الوهاب الكيالي في الموسوعة السياسية أن الصفة تعبر عن الامتياز والقيادة في المجتمع، وارتبط هذا المفهوم سياسياً بمصطلح الارستقراطية، وقوة الفرد وقدرته ضمن التسلسل التاريخي، في حين استخدمت النظريات الاشتراكية مصطلح (طليعة) مرادفاً لكلمة (النخبة)، ويدل على انتماء القيادات إلى الطبقات الكادحة وتحقيقها لأهدافها من خلال نضالها في صفوف الجماهير⁽²⁾.

أما بنتام (Puntam) فيقتصر مفهوم النخبة لديه على "أولئك الذين لهم سلطة أكبر على الآخرين، فالنخبة السياسية لديه تقتصر فقط على البرلمانيين، والوزراء ورؤساء الدولة، بالإضافة لكبار الموظفين بالدولة"⁽³⁾.

وعرف غي روشيه النخبة بأنها تضم أشخاص وجماعات والذين بواسطة القوة التي يمتلكونها أو بواسطة التأثير الذي يمارسونه يشاركون في صياغة تاريخ ما، سواء كان ذلك عن طريق اتخاذ القرارات أم الأفكار أم الإحساسات والمشاعر التي يبدونها أو التي يتخذونها شعاراً لهم⁽⁴⁾.

نلاحظ بأن التباين في التعريفات المتعددة لمفهوم النخبة السياسية، يشير إلى الصعوبات التي ينطوي عليها هذا المفهوم ولكن يميل بعض الباحثين إلى تعريف النخبة إجرائياً اعتماداً على خمسة عناصر رئيسة هي⁽⁵⁾:

1. وجود مجموعة مميزة تمتلك من الخصائص، والصفات ما يميزها عن الآخرين.
2. النخبة ظاهرة جماعية إذ لا يطلق المصطلح على شخص واحد وإنما على مجموعة من الأشخاص.
3. الأشخاص.
4. امتلاك هذه المجموعة لقدرات مميزة، تمكنها من صنع القرار، والتأثير على الآخرين.

(1) ذبيان وآخرون، قاموس المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية (ص 442).

(2) الكيالي وآخرون، موسوعة السياسة (مج5/560).

(3) الكريني، النخب السياسية العربية، شرعنة الأوضاع أم انتصار للتغيير (موقع إلكتروني).

(4) المرجع السابق (موقع إلكتروني).

(5) عمير، النخب السياسية الفلسطينية وأثرها على الوحدة الوطنية (ص 18).

5. أن النخبة مفهوم نسبي، ويقصد بذلك أن النخبة تمارس تأثيرها ونفوذها في مجال معين تتمتع فيه بميزة نسبية وبقدرة أكبر من التأثير والنفوذ.

ويعرف الباحث النخبة بأنها فئة قليلة تسيطر على المناصب العليا والمجالات الأكثر حيوية في المجتمع، وتتحكم بمصيره، لما تمتلكه من خصائص وقدرات وإمكانات تمكنها من السيطرة على صناعة القرار، وإدارة شؤون الدولة، وتتعدد النخب بحسب الوظيفة فهناك النخبة السياسية والنخبة الإعلامية والنخبة العسكرية والنخبة الاقتصادية والنخبة الدينية...إلخ.

ثانياً: أنواع النخبة:

تشير الدراسات النظرية لكتاب ومفكري النخبة إلى العديد من الأسس والمحددات التي تم من خلالها تقسيم النخبة والتفريق بين أنواعها المختلفة، وبشكل عام يمكننا القول أن النخبة تتكون بفعل مجموعة من العوامل منها الموضوعية ومنها الذاتية، ومنها المشترك الموضوعي والذاتي، "فقد يصل بعض الأفراد للنخبة بفعل صفات خاصة مثل: الذكاء العالي، القدرة العالية على التحليل، الخبرة الكبيرة، وغير ذلك، وقد يصل أفراد آخرون إلى النخبة بفعل تجاذبات مراكز القوى والنفوذ في المجتمع، أو بفعل تقاطع المصالح، أو تضاربها بين فئات المجتمع، وقد يصل بعض الأفراد للنخبة بفعل تقاطع العوامل المختلفة سابقة الذكر مجتمعة"⁽¹⁾.

ويمكن أن نفرق بين أنواع النخبة من حيث المجال الذي تمارس فيه نشاطها ونفوذها

كالآتي:

1. النخبة السياسية: وتشمل الحائزين على القوة السياسية في دولة ما، كما تنضوي تحت هؤلاء الحائزين على القوة السياسية القيادة والتشكيلات الاجتماعية التي تأتي القيادة منها عادة⁽²⁾.

2. النخبة الدينية: المتمثلة إسلامياً في العلماء والمراجع، ومسيحياً في رجال الكنيسة، ولها سلطة على قلوب الناس بدرجة تدينهم، وعلى هذا فالشعوب الإسلامية تدين بالولاء الأكبر لقياداتها الإسلامية. واستخدم هذا المصطلح من قبل مجموعات دينية كثيرة داخل المجتمعات الإنسانية⁽³⁾.

(1) حرب، مدى اعتماد النخبة الفلسطينية على الإعلام الجديد في عملية التنمية السياسية (ص 63).

(2) أبراش، علم الاجتماع السياسي (ص 119).

(3) عبد الحميد، الصفوة أو النخبة وأنواعها (مدونة شخصية).

3. **النخبة الاجتماعية:** غالباً يقصد به الطبقة العليا من المجتمع.. ذات الاهتمام الاجتماعي الأعلى في مجتمعهم، والنخبة الاجتماعية هم قادة الرأي العام والمؤثرين فيه ويشكلون اتجاهات الرأي العام وتوجهات المجتمع⁽¹⁾.

4. **النخبة الثقافية:** وتمثل المفكرين والعلماء في مختلف المجالات، والنشطاء السياسيين⁽²⁾، وتعد النخبة الإعلامية من ضمن هذه النخبة أيضاً مثل كبار الصحفيين والكتاب ورؤساء تحرير الصحف والإذاعات والقنوات الفضائية⁽³⁾.

ثالثاً: أنواع النخبة الفلسطينية:

يرى الباحث أن النخبة الفلسطينية ليست متجانسة حالياً وهي لم تكن كذلك في الماضي، مع العلم أن النخبة الفلسطينية كانت تتكون سابقاً من زعماء ومخاتير ووجهات العائلات الفلسطينية المتنفذة وذات المكانة الاجتماعية العالية، وبالتالي فإنه يصعب علينا أن نجد تعريفاً واضحاً ومحددًا لمفهوم النخبة الفلسطينية نظراً للتمايزات الواضحة في أوضاع هذه النخبة على صعيد الضفة الغربية وقطاع غزة.

وتوضح الباحثة نردين الميمي في دراستها، أن النخبة الفلسطينية قد امتازت بالانقسامات العميقة على المستويات الفكرية والسياسية، وجاء هذا الانقسام نتيجة الاختلافات في التنشئة الثقافية لأعضائها والاختلاف في الولاءات والارتباطات الاقتصادية والسياسية، وهذا الانقسام في صفوف النخبة الفلسطينية ظهر مبكراً أي منذ بداية القرن التاسع عشر، ومروراً بأيام الدولة العثمانية وعهدها في فلسطين⁽⁴⁾.

ويمكن تقسيم النخبة الفلسطينية بحسب ما أجراه برنامج دراسات النخبة التابع لجامعة النجاح من استطلاع لنخبة وقادة الرأي في عام 2007⁽¹⁾، حيث توصل إلى أن النخب الفلسطينية مقسمة إلى:

(1) المرجع السابق (مدونة شخصية).

(2) المرجع نفسه.

(3) البطش، تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة (ص 57).

(4) الميمي، دور العوامل الخارجية في تشكيل النخبة الفلسطينية في أواخر الدولة العثمانية (القرن التاسع عشر) وفترة الانتداب (ص 3).

(1) البطش، تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني (ص 57).

1. **نخبة اجتماعية:** تتكون من: المؤسسات الأهلية، الجمعيات الخيرية، العشائرية، العاملين في الجامعات، المثقفين، الفنانين، رؤساء بلديات، النقابات، والاتحادات الجماهيرية والنسوية.

2. **نخبة اقتصادية:** مدراء القطاع الخاص، وأصحاب الاستثمارات ورؤوس الأموال.

3. **نخبة فكرية وثقافية:** نخب صحفية، فكرية، كتاب، مثقفين، وقيادات دينية كأئمة المساجد، والمفتين، ورجال الدين.

4. **نخبة سياسية:** الأحزاب السياسية، التنظيمات الفلسطينية، المجلس التشريعي، السياسيين، والوزراء.

وهناك أنواع أخرى من النخبة يمكن إضافتها، وأبرزها النخبة الإعلامية، من صحفيين وإعلاميين وعاملين في مجال الإعلام.

رابعاً: النخبة السياسية الفلسطينية:

لا شك أن النخبة السياسية الفلسطينية من أكثر الشرائح النخبوية تأثيراً في الحياة العامة للمجتمع الفلسطيني، فهي تؤدي دوراً كبيراً في الحياة العامة على مر التاريخ، فلوحظ ذلك في عهد الانتداب البريطاني، ومن ثم في النكبة وفي ظل الاحتلال، وبعد قدوم السلطة وتوقيع اتفاق أوسلو، وحتى يومنا هذا لا يزال دورها واضحاً وجلياً ومؤثراً في المشهد الفلسطيني الداخلي والخارجي.

ويمكن تعريف النخبة السياسية الفلسطينية على أنها "الأحزاب السياسية، والتنظيمات الفلسطينية، والمجلس التشريعي، والسياسيين، والوزراء"⁽¹⁾.

والتعريف الأقرب للحالة الفلسطينية هو الذي أشار إليه كل من روبرت ميشلز وعباد البطني، حيث أكدوا على ضرورة وجود أقلية حاكمة وأغلبية محكومة في أي مجتمع واعتبروها ضرورية؛ لقيادة المؤسسات الحزبية والمؤسسات الكبرى بما فيها الدولة، نظراً لحاجة هذه المؤسسات إلى الكفاءة والتخصص والتنظيم، التي لا تتوافر إلا في عدد قليل من الأشخاص وهم النخبة، فقد أشارا إلى النخب التي تملك مداخل صناعة القرار من خلال المناصب التي تحتلها في المؤسسات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني بما فيها الأحزاب السياسية، ووسائل الإعلام⁽²⁾، وهذا التعريف هو الذي اعتمد عليه الباحث في دراسته.

(1) المرجع السابق، ص 57.

(2) البطني، نهاية النخب السياسية الفلسطينية (موقع إلكتروني).

خامساً: النخبة الإعلامية الفلسطينية:

أهمية النخبة الإعلامية تتجلى للدارسين والباحثين في مجال الإعلام والسياسية حديثاً نظراً لتأثيرها الكبير على المشهد السياسي والاجتماعي، فانتسح دورها في العقود الاخيرة بفعل الثورة العارمة التي شهدها مجال الاتصال، فضلاً عن المتغيرات الفكرية والسياسية الكبيرة التي تعرضت لها المجتمعات.

ويمكن إدراج النخبة الإعلامية تحت مسمى النخبة الثقافية في المجتمع. ويمكن تعريفها على أنها "مجموعة من الأفراد الذين يتموقعون في مراكز سياسية واجتماعية واقتصادية عليا داخل المجتمع تسمح لهم بصناعة القرارات في مختلف المجالات أو التأثير في صياغتها"⁽¹⁾، وبالنظر للتعريف يمكن اعتبار النخبة الإعلامية على أنها مجموعة من الأفراد الذين يتموقعون في مراكز إعلامية عليا داخل المجتمع، تسمح لهم بصناعة القرارات الإعلامية أو التأثير عليها.

ويمكن تعريف النخبة الاعلامية بأنها "النخبة التي تملك مداخل صناعة القرار من خلال المناصب التي تحتلها في المؤسسات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني بما فيها من أحزاب سياسية، ووسائل إعلام"، وهو الذي سبق الإشارة إليه عند الحديث عن النخبة السياسية الفلسطينية⁽²⁾.

سادساً: صفات النخبة:

من خلال استعراض تعريفات السابقة لنخبة ومفاهيمها اتضح أن النخبة تتميز بعدة صفات ومؤهلات تميزها عن العامة، وتجعلها تستحق لقب النخبة، فلكل نخبة صفاتها المميزة، ويمكننا أن نجمل الصفات التي تشترك فيها النخبة لتتال الحظوة في المجتمع في الآتي:

1. البراعة والمهارة في إدارة المواقف والتعامل مع الأحداث⁽³⁾.
2. الإبداع والقدرة على الابتكار وحل المشكلات بأبسط الطرق وأكثرها بساطة⁽⁴⁾.

(1) وادي، النخبة الإعلامية، تفكك المجموع وتبعثر الأدوار (موقع إلكتروني)

(2) عمير، النخب السياسية الفلسطينية وأثرها على الوحدة الوطنية: "نخبة المجلس التشريعي الثاني نموذج (ص 29).

(3) حرب، مدى اعتماد النخبة الفلسطينية على أدوات الاعلام الجديد (ص 63).

(4) حرب، مدى اعتماد النخبة الفلسطينية على أدوات الاعلام الجديد (ص 63).

3. تستطيع الشخصية النخبوية أن تنظر لجميع الأمور والسلوكيات والتصرفات الإنسانية من الزاوية الأعم، وتفرق بين الخطوط الرئيسية للأمور والموضوعات⁽¹⁾.
4. التمكن من المهارات اللازمة المتعلقة بالقطاع الذي يعمل به صاحب الشخصية المؤثرة والقدرة الفائقة على تنظيم العمل⁽²⁾.
5. القدرة على التأثير في المجتمع ورسم سياساته⁽³⁾.
6. الإمكانيات الاقتصادية والعلمية والوظيفية التي تجعلها تتحكم في فئات عريضة من المجتمع⁽⁴⁾.
7. الطموح العالي والصبر واعتبارها قدوة لغيرها في مجتمعا⁽⁵⁾.
8. المكانة الاجتماعية العالية في المجتمع سواء كانت مكانة عائلية أو اقتصادية أو علمية⁽⁶⁾.
9. يتميز أفراد النخبة بمستوى تعليمي وثقافي رفيع يؤهلهم للقيام بالأدوار المسؤولة في المجتمع، كما يتميزون بقوة تأثيرية في دوائر صنع القرار والرأي العام⁽⁷⁾.

سابعاً: مفهوم النخبة السياسية:

تعد النخبة السياسية من أهم النخب المجتمعية التي تمتلك ناصية القرارات في أي دولة من الدول؛ لكن هذه الأهمية تختلف من دولة إلى أخرى وفقاً لعوامل عدة منها⁽⁸⁾: نوع النظام الحاكم ومستوى الوعي والثقافة في المجتمع، فمفهوم النخبة السياسية يمكن التعرف عليه من خلال إسقاط تعريف النخبة بشكل عام على الجانب السياسي، فالنخبة السياسية تتكون من أولئك الأشخاص الذين يحتلون مراكز هامة وحساسة في النظام السياسي، ويمتلكون القوة والفاعلية والقدرة على اتخاذ القرارات والتأثير، ويحظون باهتمام الجماهير. وبعبارة أخرى فإن النخبة السياسية هي طبقة قمة القوة، وبالطبع فإنها لا تتضمن كل أعضاء الجسد السياسي ما لم يكونوا جميعاً

(1) المرجع السابق، ص 63.

(2) المرجع نفسه.

(3) حمدي، استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية (ص 33).

(4) المرجع السابق، ص 33.

(5) المرجع نفسه.

(6) المرجع نفسه.

(7) المرجع نفسه.

(8) أبو اصبع، النخبة السياسية الحاكمة في اليمن، 1978-1990 (ص 29).

يشاركون بنفس القدر على قدم المساواة في عملية صنع القرار، وأن مدى المشاركة في القوة يجب أن يتحدد في كل موقف على حدة، حيث لا يوجد نمط من القوة العاملة الشاملة.

وحسب علي الدين هلال، ونفين مسعد، فإن النخبة هي مجموعة من الأفراد الذين يقودون المجتمع، وهو مفهوم قديم ارتبط ظهوره تاريخياً بالحاجة إلى تنظيم ممارسة السلطة، وعملية صنع القرار، وهي الجماعة الأكثر تنظيماً في المجتمع، إلا أن هذه النخبة ليست متجانسة ككتلة واحدة بل تعبر عن فئات المجتمع المختلفة، في امتداد طبيعي للبنية الاجتماعية السائدة في المجتمع التي تنحدر منه النخبة، وهي بالتالي جزء لا يتجزأ من تركيبة المجتمع⁽¹⁾.

ويعرفها الدكتور عدنان أبو عامر على أنها مجموعة من الشخصيات التي تصنع القرار السياسي في البلاد، كما يعتبر أن المساعدين والمقربين من هذه الشخصيات يعتبرون نخبة سياسية أيضاً وفقاً لوجهة نظره⁽²⁾.

فالنخبة الحاكمة هي الفئة المختارة التي تتحكم في الوجود السياسي وهي في ذلك تتعاون مع قوى مساندة لترتبط من خلالها بالطبقات المحكومة.

ثامناً: وظائف النخبة السياسية:

إن القيام بأعباء التخطيط والقيادة وإدارة السلوك الإنساني على مستوى الدولة هو أمر بالغ الأهمية والخطورة؛ لأنه يتعلق باستيعاب الماضي وفهمه والتعامل مع الحاضر، والعمل للمستقبل، وهو أمر يخص النخبة السياسية على وجه الخصوص وجماهير المجتمع عموماً⁽³⁾.

ومن الوظائف التي تقوم بها النخبة السياسية حفظ التوازن داخل المجتمع عن طريق اندماجها وتجديدها الذي يكون التغيير محوره الأساسي وهي بهذا التغيير تقوم بقيادة عملية التغيير والتطور داخل المجتمع⁽⁴⁾.

(1) هلال ومسعد، النظم السياسية العربية قضايا الاستمرار والتغيير (ص 161).

(2) عدنان أبو عامر، قابله: عصام الأغا (29 أبريل 2020م).

(3) المجمعي، النخبة السياسية وأثرها في التنمية السياسية (ص 135).

(4) المرجع السابق، ص 136.

كما وتقوم النخبة السياسية بوظيفة التنسيق والموائمة بين أنشطة المؤسسات والهيكل المختلفة داخل المجتمع في إطار الدولة وخارجها في بعض الأحيان، وذلك بغرض الوصول إلى أفضل صيغة مشتركة وموحدة للعمل في إطار المجتمع ومواجهة مشكلاته وأزماته المختلفة⁽¹⁾.

المبحث الثاني صفقة القرن

يتناول هذا المبحث صفقة القرن ماهيتها، ومراحلها تاريخياً، والسياسة الأمريكية تجاه القضية الفلسطينية، ومراحل ما قبل الصفقة من تهيئة البيئة السياسية ل طرحها، والمواقف قبل طرحها، وورشة البحرين وأهدافها، وأهم بنود الصفقة، والتزوير الذي مارسه الصفقة، ومشكلة

(1) Bjola, The impact of symbolic politics on Foreign Policy During the Democratization process, P 14.

اللاجئين خلال الصفقة، والموقف الفلسطيني الرسمي والفصائلي، والمواقف العربية من الصفقة، ومستقبل الصفقة.

أولاً: مفهوم صفقة القرن:

1. لغة:

الصَّفَقُ: الضرب يُسمع له صوت، وصَفَقَ له بالبيع، وصَفَقَ يده بالبيعة، وصَفَقَ على يده صَفَقًا وصَفَقَةً؛ أي ضرب يده على يده، وذلك عند وجوب البيع⁽¹⁾، فتدل كلمة صفقة على العقد والبيعة⁽²⁾، حيث أورد صاحب اللسان ابن منظور: تصافقَ القومُ عند البيعة. ويقال: رحبت صَفَقْتُكَ، للشراء، وصَفَقَةٌ رابحةٌ وصَفَقَةٌ خاسرةٌ. وصَفَقْتُ له بالبيع والبيعة صَفَقًا أي ضربت يدي على يده⁽³⁾.

عن عبد الله بن مسعود رضي الله عنهما عن أبيه قال: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ صَفَقَتَيْنِ فِي صَفَقَةٍ وَاحِدَةٍ⁽⁴⁾؛ أراد بَيْعَتَانِ فِي بَيْعَةٍ. وقيل للبيعة صفقة لأنهم كانوا إذا تبايعوا تصافقوا بالأيدي، ويقال: إنه لمُبَارَكُ الصَّفَقَةِ أَي لا يشتري شيئاً إِلَّا رَبِحَ فِيهِ، والصَّفَقَةُ تكون للبائع والمشتري⁽⁵⁾.

وتأتي الصفقة بمعنى العقد والميثاق، ففي الحديث: **إِنْ أَكْبَرَ الْكِبَائِرِ أَنْ تَقَاتِلَ أَهْلَ صَفَقَتِكَ وَتُبَدِّدَ سُنَّتَكَ، وَتُفَارِقَ أُمَّتَكَ**⁽⁶⁾؛ هو أَنْ يُعْطِيَ الرَّجُلَ عَهْدَهُ وَمِيثَاقَهُ ثُمَّ يَقَاتِلَهُ، لِأَنَّ الْمُتَعَاهِدِينَ يَضَعُ أَحَدُهُمَا يَدَهُ فِي يَدِ الْآخَرِ كَمَا يَفْعَلُ الْمُتَبَايِعَانِ⁽⁷⁾.

2. اصطلاحاً:

(1) الفيروزآبادي، القاموس المحيط (ص 1163).

(2) المعاني، تعريف ومعنى صفقة (موقع إلكتروني)

(3) ابن منظور، لسان العرب (مج 200/10).

(4) [ابن حنبل، مسند أحمد بن حنبل، 1/ 398: رقم الحديث 3783]

(5) ابن منظور، لسان العرب (مج 200/10).

(6) [ابن عبد البر، الاستذكار: رقم الحديث 41376]

(7) ابن منظور، لسان العرب (مج 201/10).

وتعرّف الصفقة بأنها مقترح أمريكي إسرائيلي وضعه ترامب وسوّق له صهره كوشنير بهدف إنهاء الصراع العربي الإسرائيلي ومشروع الدولتين، وبالتالي القضاء نهائياً على القضية الفلسطينية وتكريس حق الاحتلال والغطرسة والاعتداء وشرعنته بقانون حق القوة⁽¹⁾.

وتهدف صفقة القرن أو خطة ترامب للسلام إلى حل النزاع الإسرائيلي الفلسطيني، وتشمل الخطة إنشاء صندوق استثمار عالمي لدعم اقتصادات الفلسطينيين والدول العربية المجاورة، ومنذ إعلانها، أبدى الفلسطينيون غضبهم الكبير ورفضهم القاطع لبنودها وحيثياتها⁽²⁾.

ويتكون الطاقم الذي عمل على إنجاز صفقة القرن من السفير الأمريكي في إسرائيل ديفيد فريدمان، وجاريد كوشنر مستشار الرئيس الأمريكي ترامب، والممثل المكلف بالمفاوضات الدولية جيسون غرينبلات، وجميعهم مرتبطون بعلاقات قرابة وعمل وشراكة مع ترامب ويعملون على تحقيق أحلامه وخطته السياسية⁽³⁾.

ثانياً: بدايات صفقة القرن:

مصطلح صفقة القرن ليس جديداً، فقد تردد بدايةً عام 2006م، من خلال العرض الذي تقدم به وقتذاك رئيس الوزراء الإسرائيلي إيهود أولمرت، الذي عُرف بـ (نقاهمات أولمرت - عباس)، وهي الاتفاقات التي بقيت تنتظر الانتخابات الإسرائيلية ونتائجها، حيث لم تأتِ الانتخابات بما يشتهي أولمرت⁽⁴⁾.

وقد اقترح مستشار الأمن القومي الإسرائيلي السابق جيورا آيلاند سنة 2010م حلين لتسوية القضية الفلسطينية، الأول إنشاء فيدرالية فلسطينية أردنية، والثاني يقوم على تبادل الأراضي بين مصر وغزة، مقابل ضم إسرائيل مستوطنات الضفة الغربية⁽⁵⁾.

عقب وصول ترامب إلى الرئاسة بدأ الحديث في الأوساط السياسية والبحثية عن مؤشرات استنساخ تجربته في إدارة أعماله وعقد صفقاته التي شرحها في كتابه (فن الصفقة) المنشور عام 1987م، والحاصل على أعلى مبيعات في عام صدوره⁽⁶⁾، وقد برز من خلال هذه التجربة فيها

(1) الإمام، صفقة العصر أهدافها وسبل مواجهتها (موقع إلكتروني).

(2) كالين وآخرون، رفض عربي واسع لخطة كوشنر الاقتصادية للسلام في الشرق الأوسط (موقع إلكتروني).

(3) جرار، الاستراتيجية الفلسطينية في صد صفقة القرن ومواجهتها (ص 6)

(4) أبو سعدة، صفقة القرن قراءة في الأبعاد المسارات (ص 1)

(5) صالح، صفقة القرن.. هل ستمر؟! (موقع إلكتروني).

(6) الرشيد، "فن الصفقة"... خلاصة أفكار ترامب في "البنس الرئاسة" (موقع إلكتروني).

اقتراب طرح ترامب صفقة القرن التي تحدث فيها مراراً، فعكف وفريقه الرئاسي المعني بعملية السلام صياغة مسودة خُطى سلام جديدة⁽¹⁾.

وقد تطرق ترامب إلى خطته من أجل الصراع الفلسطيني الإسرائيلي خلال حملته الانتخابية، حيث ظهر دعمه لإسرائيل بصورة ملفتة للنظر، محاولاً استرضاء المحافظين الجدد المتطرفين أكثر من الصهاينة التقليديين، وبعد أسبوع من توليه سدة الرئاسة أوحى بأنه سيسعى إلى التوصل إلى حل⁽²⁾.

وتراجع ترامب عن التزام الرؤساء السابقين، خصوصاً جورج بوش الابن وباراك أوباما، بما يُسمى حلّ الدولتين، إذ قال في أول مؤتمر صحفي مشترك له مع رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو: "أنا أبحث حل الدولتين وحل دولة واحدة، وأنا أحب الحل الذي سيحبه الطرفان."⁽³⁾.

أراد ترامب أن تتجج إدارته في التوصل إلى اتفاق سلام مع الشرق الأوسط من خلال تنفيذ صفقة القرن التي يرى فيها حلاً للقضية الفلسطينية الأشد تعقيداً خلال السبعة عقود الماضية⁽⁴⁾، وقد عكفت إدارة ترامب منذ 2017م على إعداد خطة لإنهاء الصراع العربي الإسرائيلي، على أن يتم تقديمها رسمياً مطلع 2018م، وتم تأجيل ذلك عدة مرات بسبب عدم توفّر الظروف المناسبة⁽⁵⁾. ولذا أعدّ لصفقة القرن حسابات خاصة عبر تقديم تنازلات بهدف الوصول لحلول وسط والتوافق بين الطرفين الفلسطيني والإسرائيلي برعاية الأطراف العربية المؤثرة والنافذة على المستوى الدولي⁽⁶⁾. وظهرت حقيقة النوايا الأمريكية حين أعلن ترامب في ديسمبر 2017م نقل السفارة الأمريكية من تل أبيب إلى القدس، وهي خطوة امتنع عنها الرؤساء الأمريكيون

(1) كليب، ورشة المنامة والمقدمات الاقتصادية لصفقة القرن.. أوصلو نموذجاً! (ص 9).

(2) المصري، القضية الفلسطينية ومشروع صفقة القرن (ص 12)

(3) موقع CNN بالعربية، ترامب: حل الصراع الفلسطيني الإسرائيلي قد يقوم على مبدأ الدولة الواحدة (موقع إلكتروني).

(4) أبو كريم، صفقة القرن الأمريكية: ملامح وتحديات (ص 1).

(5) موقع الجزيرة، خطة السلام الأمريكية (موقع إلكتروني).

(6) أبو كريم، صفقة القرن الأمريكية: ملامح وتحديات (ص 1).

السابقون⁽¹⁾. وبعد 18 شهراً من التخطيط، طور المسؤولون الأمريكيون الاقتراح من خلال زيارة أربعة عواصم عربية. ومع ذلك، فإنه لم يكن جاهزاً لتقديمه للجمهور رسمياً⁽²⁾.

انتظر العالم والمنطقة فترةً طويلة، تخللها حملة سياسية وإعلامية بإشراف الإدارة الأمريكية، ليخرجوا علينا بالجانب الاقتصادي من الصفقة والتي إن جاز تسميتها بصفقة ترامب - نتتياهو، لتضح الكذبة الكبيرة التي بُنيت عليها صفقة القرن الأمريكية من خلال شعار الاقتصاد شرط مسبق لتحقيق السلام⁽³⁾، التي قُدمت في مؤتمر البحرين الذي عقد في العاصمة البحرينية "المنامة" بتاريخ 2019/6/26-25م، ضمن الورشة الاقتصادية التي دعا إليها الثنائي الأمريكي جاريد كوشنير وجيسون غرينبلات، وقد انعقدت تحت شعار "السلام من أجل الازدهار" باعتبارها الشق الاقتصادي لصفقة القرن لتظهر حجم المكاسب والإيجابيات الاقتصادية والمالية التي ستعود على الفلسطينيين إن هم انخرطوا في التسوية الأمريكية للمنطقة⁽⁴⁾.

حيث افتتح كوشنر الورشة بالقول إن أمريكا تريد أن ترى "السلام والازدهار والأمن يتحقق للإسرائيليين والفلسطينيين والجميع"، مؤكداً أن انتعاش الاقتصاد الفلسطيني لا يمكن أن يحدث إلا عبر حل الصراع مع إسرائيل، وأن ورشة البحرين لن تتطرق للجانب السياسي، حيث سيتم الكشف عن الشق السياسي من خطة السلام سيتم في الوقت المناسب⁽⁵⁾.

وقد شاركت مجموعة من الدول في هذه الورشة، وفي مقدمتها الولايات المتحدة وإسرائيل، ومن الدول العربية السعودية والإمارات ومصر والأردن والمغرب وقطر والبحرين المستضيفة، كما شارك الاتحاد الأوروبي إضافة إلى مؤسسات مالية دولية، ومنها صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، وكذلك كبار الشركات ورجال الأعمال بالمنطقة والعالم⁽⁶⁾.

أما الفلسطينيون فقاطعوا الورشة رسمياً وشعبياً في إطار رفضهم لصفقة القرن ومقاطعتهم للإدارة الأمريكية ومبعوثيها الرسميين المعنيين بالقضية الفلسطينية، وانعكس الموقف الفلسطيني

(1) المصري، القضية الفلسطينية ومشروع صفقة القرن (ص 13)

(2) Shalev, Israelis Support Equal Rights for Reform and Conservative Jews – but Want U.S. Jews to Keep Their Mouths Shut (Website).

(3) كليب، ورشة المنامة والمقدمات الاقتصادية لصفقة القرن.. أوصلو نموذجاً! (ص 9).

(4) عبد الكريم وآخرون، ملفات فلسطينية (2/2): "صفقة القرن" في الميزان.. (ص 15).

(5) موقع CNN بالعربية، أبرز ما جاء في كلمة كوشنر في أول أيام "ورشة البحرين" (موقع إلكتروني).

(6) موقع فرانس 24، مصر والأردن والمغرب ستشارك في مؤتمر مثير للجدل في البحرين لدعم الاقتصاد الفلسطيني (موقع إلكتروني).

سلباً على الورشة بحيث كان الحضور العربي والدولي باهتاً في ظل مقاطعة أطراف أخرى كروسيا والصين وجنوب أفريقيا وعدد من الدول العربية. وقد لاقى الموقف الفلسطيني تأييداً شعبياً عربياً واسعاً نهض خلاله الشارع العربي للمرة الأولى منذ عام 2011م في مساندة الشعب للشعب فلسطين ورفضه للمشروع الأمريكي وإدانته لكل مظاهر التطبيع أو ترسيم العلاقات العربية مع دولة الاحتلال. ولم تفلح الورشة في إغراء الفلسطينيين في التراجع عن موقفهم الرفض لصفقة القرن وتمسكهم بحقوقهم الوطنية المشروعة غير القابلة للتصرف في تقرير المصير والعودة والاستقلال، رغم أنها حملت في طياتها الكثير من الوعود لكنها بدت مزيفة ولا تستند إلى أرضية ثابتة توفر لها عناصر النهوض⁽¹⁾.

وفي 28 يناير 2020م دعا ترامب كل من نتياهو وغانتس ولم لم يدعُ أي مسؤول فلسطيني إلى واشنطن لإطلاق خطته، حيث اجتمع بهما من أجل مناقشات منفصلة بشأن الصفقة، ثم أعلنها بحضور نتياهو، الذي أكد أن الخطة تقدم "طريقاً واقعياً" لتحقيق سلام دائم في المنطقة⁽²⁾.

ثالثاً: المحددات الخارجية للسياسة الأمريكية:

توجد الكثير من المحددات الخارجية للسياسة الأمريكية تجاه الواقع الفلسطيني المعاصر تهدد وجود مستقبلي لدولة فلسطينية على خارطة العربية والدولية، ويمثل أكبر تهديد لها المساندة الأمريكية الإسرائيلية الدائمة لها، ونجملها بالآتي:

1. المصالح الاستراتيجية في الشرق الأوسط: تأثرت سياسة الولايات المتحدة اتجاه الشرق

الأوسط بعوامل عدة، أهمها: الصهيونية العالمية، الصراع العربي والفلسطيني - الإسرائيلي، ثروة النفط العربية، وحركة الوحدة العربية⁽³⁾، والتي تسير على أساسين:

أ. البعد السياسي: ويتم ذلك من خلال:

(1) كليب، ورشة المنامة والمقدمات الاقتصادية لصفقة القرن.. أوسلو نموذجاً! (ص 9).

(2) موقع عرب 48، دونالد ترامب يعلن بنود "صفقة القرن" (موقع إلكتروني).

(3) تنيرة، التطور الاستراتيجي للسياسة الأمريكية في الوطن العربي (ص 31).

- تعزيز الهيمنة على العالم العربي بإقامة نظام شرق أوسطي فيه، من خلال قيام أسس أمنية واقتصادية وسياسية تتيح المجال أمام حليفها إسرائيل لتكون محور النظام الشرق الأوسطي والمتحكم بآلياته⁽¹⁾.
- تأمين الحماية والدعم للنظم الإقليمية والمحافظات ذات العلاقة الوثيقة بواشنطن، ومحاولة استخدامها كأداة ضغط على النظم ذات النزاعات الراديكالية⁽²⁾.
- استقطاب دول المنطقة تجاه الولايات المتحدة بهدف دعم النفوذ الأمريكي والحد من نفوذ أي قوة دولية أخرى صاعدة، وطرحها من ساحة المنافسة معها، وإعادة تشكيل العالم الإسلامي بما يتناسب مع مصالح التحالف الأمريكي الإسرائيلي⁽³⁾.
- توفير وجود فعّال في المنطقة، من خلال تمركز قوات الولايات المتحدة في مناطق رئيسية وقت السلم بهدف منع وقوع العدوان وحماية المصالح الاستراتيجية⁽⁴⁾، ويلاحظ من خلال المعطيات السابقة للسياسة الخارجية الأمريكية أنها تعمل لخدمة مصالح الكيان الإسرائيلي في جميع المستويات؛ لتحقيق الأهداف الاستعمارية في الشرق الفلسطيني.

ب. البعد الاقتصادي: وتسعى الولايات المتحدة الأمريكية إلى السيطرة على المصادر الحيوية للطاقة، وهي تنتهج في هذا المجال نهجًا مخالفًا عن الدول الصناعية الأخرى، إذ إنَّها تبادر غالبًا إلى ممارسة الضغط السياسي على الدول المصدرة للبتترول كلما ارتفع سعره، وتبعث ممثليها لإقناع تلك الدول بزيادة الإنتاج وخفض الأسعار، ولا تقبل الولايات المتحدة أن يمارس منتجو البتترول حقهم المشروع في إدارة مرفق البتترول، وتثور ثائرتها عندما يمارس هؤلاء المنتجون في السوق من الحرية قدرًا لا يقارن بما تمارسه شركاتها العالمية⁽⁵⁾.

2. إسرائيل كمحدد استراتيجي: تقوم العلاقة بين الولايات المتحدة الأمريكية والكيان الإسرائيلي على أساس استراتيجي يرتكز على أن إسرائيل هي قاعدة لحماية المصالح الأمريكية في

(1) كياتي، التحول في الاستراتيجية السياسية الأمريكية من احتلال العراق إلى دعوات التغيير في المنطقة (ص 32).

(2) منصور، الصراع الأمريكي - السوفيتي في الشرق الأوسط (ص 81).

(3) أحمد، الشرق الأوسط الكبير في الاستراتيجية الأمريكية (ص 96).

(4) عوني، الاستراتيجية العسكرية الأمريكية وموقفها من السياسة الخارجية الأمريكية (ص 97).

(5) كالهيسيار، الاستراتيجية الأمريكية الجديدة، السيطرة على سوق الطاقة الدولية (موقع الكتروني).

منطقة الشرق الأوسط، لذا فإنّ الولايات المتحدة تسعى إلى بقاء إسرائيل قوية على جيرانها اقتصادياً وعسكرياً، وحرصها في كل مناسبة التأكيد على حماية إسرائيل لهزم أي طرف، والحفاظ على التوازن العسكري بينها وبين الأقطار العربية، ومقدرتها على هزم أي طرف عربي يتكون من دولة واحدة فأكثر⁽¹⁾.

وما تزال سياسة الولايات المتحدة الأمريكية في الوقت الحالي بإدارة الرئيس دونالد ترامب تعمل على حماية الكيان الإسرائيلي ودعم مشاريعه الاستعمارية من خلال التضييق على الشعب الفلسطيني ومحاصرته، انتصاراً للتوجهات اليمينية الإسرائيلية، التي ترى أن لإسرائيل ادعاءات "تاريخية وقانونية" على كل الضفة الغربية التي تعدها جزءاً من الوطن التاريخي للشعب اليهودي، وأن تركها منطقة محتلة هو تنازل سخي، وأنها هي التي ستقرر كل شيء⁽²⁾.

رابعاً: تهيئة البيئة السياسية للصفقة قبل طرحها:

تنبت الخطة الأمريكية وجهة النظر الإسرائيلية في جميع المسائل السياسية المختلف عليها وهي مسائل السيادة والقدس والللاجئين، والتي بقيت عالقة منذ اتفاق أوسلو 1993م بين الطرفين الفلسطيني والإسرائيلي⁽³⁾.

وتتجلى خطوات الإدارة الأمريكية الحالية في إعداد البيئة التفاوضية في عدد من المؤشرات التي لها انعكاسها على نتائج أي تفاوض:

1. تشكيل فريق تفاوضي أمريكي يتبنى توجهات الرئيس⁽⁴⁾.
2. تشجيع الدول العربية خصوصاً دول مجلس التعاون الخليجي على التحلل من ربط المقاطعة العربية لإسرائيل بتسوية الموضوع الفلسطيني، ولا يشترط جرينبلات قبول العرب للصفقة بل يكفي دعمهم⁽⁵⁾.

(1) هلال، تكوين النخبة الفلسطينية (ص 57).

(2) إسماعيل، صفقة القرن: دولة يهودية لا دولة فلسطينية (ص 25).

(3) عامر، خطة القرن وتشكل الرؤية الصهيونية للصراع العربي الإسرائيلي (ص 83).

(4) مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، الآفاق المستقبلية لصفقة القرن الأمريكية (ص 7).

(5) المرجع السابق، ص 7.

3. عرقلة القرارات الدولية في مجلس الأمن الدولي باستخدام الفيتو ضد القرارات التي تعترض عليها إسرائيل كما جرى في القرار الخاص بالقدس وغزة⁽¹⁾.
4. تأجيل الكشف عن نصوص الصفقة إلى ما بعد الانتخابات الاسرائيلية⁽²⁾.
5. الضغط الدبلوماسي والمالي المتواصل على كل من السلطة الفلسطينية وقطاع غزة وهو ما يتجلى في الترتيبات التالية⁽³⁾:

أ. إغلاق مكتب منظمة التحرير الفلسطينية في واشنطن.

ب. قطع المساعدات الأمريكية عن وكالة الأمم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين في الشرق الأدنى (الأونروا) والتي بلغت 359.3 مليون دولار عام 2017، ثم تراجعت إلى 65 مليون دولار عام 2018 قبل التوقف عن تقديمها، ووقف مساعداتها لمشروعات الوكالة والتي تصل إلى 30% من مجموع مشروعات الوكالة في المنطقة.

ت. إعادة النظر في المساعدات الأمريكية للسلطة الفلسطينية في ضوء سلسلة من التشريعات التي أقرها الكونجرس الأمريكي ومصادقة الرئيس ترامب عليها، إذ تشمل إعادة توجيه بعض المساعدات التي كانت تقدم للسلطة الفلسطينية إلى جهات أخرى، والعمل على منع وصول المساعدات لأي جهة أو فرد فلسطيني ممن لهم صلة بالإرهاب؛ أي تنظيمات المقاومة، وحجب المساعدات عن أي حكومة وحدة وطنية تشارك فيها حماس، وربط المساعدات بامتناع السلطة الفلسطينية عن التقدم بأي دعاوي إلى المحكمة الجنائية الدولية، وحجب المساعدات عن أي جهود تستهدف حصول السلطة على عضوية أي من وكالات الأمم المتحدة، ومنع المساعدات عن كل رجال السلطة العاملين في قطاع غزة وعن هيئات الاعلام، وغيرها مراقبة النشاطات المالية للسلطة باستثناء التنسيق الأمني بين إسرائيل والسلطة الفلسطينية.

(1) مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، الآفاق المستقبلية لصفقة القرن الأمريكية (ص 7).

(2) مرزوق، 5 أسباب تحول دون تحديد موعد لصفقة القرن (موقع إلكتروني).

(3) مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، الآفاق المستقبلية لصفقة القرن الأمريكية (ص 7).

خامساً: المواقف قبل الإعلان عن الصفقة:

بعد نحو عام من الحديث عنها عانت الصفقة من التعثر، ولوحظ أن حالة الحماس الأمريكية للصفقة التي ظهرت مطلع سنة 2018م، مترافقة مع حماسة عربية خليجية قد تراجعت بالتدريج.⁽¹⁾

1. الموقف الأمريكي: كان الطرف الأمريكي يتحدث في يناير 2018م بثقة وتعالٍ عن فرض

الصفقة بغض النظر عن موافقة أو رفض الفلسطينيين، وعن بيئة عربية تسعى لسلام إقليمي تكون إسرائيل شريكة فيه، في مواجهة إيران والتطرف الإسلامي، لكنهم قرروا تأجيل الإعلان عن الصفقة أكثر من مرة. وقد ظهرت تصريحات لكوشنير وجيسون جرينبلات منذ يونيو 2018 تعبر عن حالة إحباط من عدم تجاوب الطرف الفلسطيني أو من برود التفاعل العربي، كما ظهرت تصريحات جديدة لترامب تتحدث عن إدراك متزايد لصعوبة التسوية، وضرورة أن تدفع "إسرائيل" ثمناً كبيراً لها، كان آخرها تصريحه يوم 2018/9/26م على هامش لقائه بنتنياهو في نيويورك، قائلاً إنه يفضل حلّ الدولتين وإعلانه تأجيل طرح الصفقة لعدة أشهر، وهذا كله لا يمنع من الإشارة إلى أن الطرف الأمريكي لم يتوقف عن استخدام نفوذه للوصول إلى ما يراه مقاربة معقولة⁽²⁾.

2. الموقف العربي: في بداية علم 2018م بدا أن ثمة موافقة عربية من وراء الكواليس على

الخطوط العامة للصفقة، مع بعض مظاهر الحماس الخليجي وخصوصاً السعودي لها، إلا أن الحماس العربي بدأ بالتراجع بعد أشهر، فعندما استقبلت السعودية مؤتمر القمة العربية في أبريل 2018م أسمته قمة القدس، وأعطت للقدس اعتباراً خاصاً، وانتشرت أخبار أن الملك سلمان سحب من ابنه محمد بعد ذلك الملف الفلسطيني أو ما يتعلق بصفقة القرن، أما الصمت العربي لدول الاعتدال الرئيسية الأخرى، والذي كان يترافق معه شائعات بموافقات ضمنية، فقد أخذت تصدر عنه اعتراضات على نقاط محددة، أو ربط موافقته بموافقة الفلسطينيين -مع العلم المسبق برفض الفلسطينيين-، فظهر نفي مصري واضح لإمكانية التنازل عن أجزاء من سيناء لصالح صفقة القرن، وتنازلت التأكيدات العربية برفض التنازل عن شرقي القدس، وبالتمسك بالمبادرة العربية أساساً للتسوية السلمية، القائمة على أساس دولة فلسطينية كاملة السيادة على الأراضي المحتلة سنة 1967م، وكان واضحاً أن الإجماع الفلسطيني على رفض ما تسرب من مضمون

(1) مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، تطورات صفقة القرن ومساراتها المحتملة (ص 8).

(2) المرجع السابق، ص 8.

الصفقة، والبيئة المتعاطفة مع غزة والمقاومة والمعادية لـ"إسرائيل" والتي ظهرت في مسيرات العودة الكبرى، وكذلك البيئة المعادية لأمريكا نتيجة نقل سفارتها للقدس، كل ذلك أسهم في إضعاف الدعم الرسمي العربي المحتمل للصفقة، وهو ما دفع مصر والسعودية والأردن -حسبما ذكر الإعلام الإسرائيلي في أوائل أغسطس 2018م- إلى طلب تأجيل الصفقة من أمريكا⁽¹⁾. فالدول العربية أعادت التأكيد على ضرورة إقامة الدولة الفلسطينية المستقلة ضمن أي حل سياسي في المنطقة، وعلى أنها - أي الدول العربية- بل والموقف العربي عموماً، يقبل بما يقبله الفلسطينيون، ولا يقبل ما لا يقبله الفلسطينيون⁽²⁾.

3. الموقف الفلسطيني: ثمة إجماع فلسطيني رسمي وشعبي وعلى مستوى الفصائل والقوى الفلسطينية على رفض صفقة القرن أو ما تسرّب منها على الأقل، وقد تعزز هذا الإجماع من خلال مئات الفعاليات، كما لعبت مسيرات العودة الكبرى التي انطلقت من غزة في مارس 2018م وعلى مدى أسابيع متواصلة، وما ترافق معها من فعاليات شعبية وطائرات ورقية وبالونات حارقة، كل هذا لعب دوراً كبيراً في تأجيج الغضب ضدّ الاحتلال الإسرائيلي، وتم إفشال مساعي الشركاء في حصار القطاع في توجيه الغضب نحو حماس وقوى المقاومة، وقد أسهم ذلك في إيجاد بيئة غير مواتية ومعادية لصفقة القرن، مع تزايد صعوبة إنزالها على الأرض أو تسويقها. من جهة أخرى، فإن سلوك القيادة الفلسطينية أصبح محل تساؤل لدى مختلف القوى الفلسطينية ومتابعي الشأن السياسي الفلسطيني، ففي مقابل السلوك الرسمي المعارض للصفقة، كان هناك ثلاث ملاحظات⁽³⁾:

أ. أن محمود عباس عندما التقى الرئيس ترامب للمرة الرابعة، في العام الأول لرئاسته في أيلول 2017م في نيويورك، قال في حديث متلفز وهو إلى جانبه: إن هذا اللقاء إن دلّ على شيء "فإنما يدلّ على جدية فخامة الرئيس بأنه سيأتي بصفقة العصر في الشرق الأوسط، خلال العام أو خلال الأيام القادمة إن شاء الله". وكان عباس قد نوه قبل ذلك بأربعة أشهر في مؤتمر صحفي مشترك مع ترامب بالتزامه بالعمل مع ترامب من أجل التوصل إلى صفقة سلام تاريخية، فلم يكن حديث عباس عن صفقة العصر أو القرن من عفو خاطر، فحديثه يبين أنه كان لديه معطيات حولها.

(1) مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، تطورات صفقة القرن ومساراتها المحتملة (ص 9).

(2) أبو سريّة، عن الموقف العربي من صفقة القرن (موقع إلكتروني).

(3) مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، تطورات صفقة القرن ومساراتها المحتملة (ص 11).

ب. إذا كانت الرئاسة الفلسطينية تستشعر المخاطر الحقيقية الناتجة عن الصفقة وإجراءات نقل السفارة الأمريكية للقدس، وتضييع حقوق اللاجئين، فلماذا لم تقم بالخطوات الطبيعية والضرورية اللازمة لتقوية الصف الفلسطيني ولإنفاذ اتفاق المصالحة وما تم الاتفاق عليه بخصوص ترتيب البيت الفلسطيني الداخلي.

ت. إذا كانت الرئاسة الفلسطينية تستشعر المخاطر الحقيقية على قطاع غزة ومحاولات فصله وعزله، فلماذا تقوم بتعقيد الأمور وزيادة التوتر والاحتقان من خلال إجراءاتها العقابية على قطاع غزة، والإصرار على الإبقاء على معاناته الهائلة، والوقوف في وجه حالة إجماع وطني من كافة القوى والفصائل الفلسطينية - عدا فتح - ضدّ إجراءات عباس. ومهما يكن من أمر، فإن هذا السلوك يُضعف الحالة الوطنية الفلسطينية، في بيئة هي في أمس الحاجة للوحدة وتجاوز الخلافات.

محمود عباس هو أكثر فلسطيني اعتدالاً واستعداداً لقبول الحل الوسط السياسي، مهندس اتفاقيات أوسلو وأكثر فلسطيني حباً واستعداداً وقناعة بالسلام بين الفلسطينيين والإسرائيليين، أما الشعب الفلسطيني فربما كان أكثر من نصفه، خاصة من هم لاجئوه، لا يقبل أصلاً بالحل الوسط، الذي يوافق على الاعتراف بدولة إسرائيل على أرضه السليبة منذ العام 1948، إلى جانب دولة فلسطين على حدود 67، أي على أرض القدس والضفة الغربية وقطاع غزة⁽¹⁾.

سادساً: أهداف ورشة البحرين وبنودها:

حملت الوثيقة المقدمة إلى ورشة البحرين جملة من الأهداف القابلة للتخطيط، هي⁽²⁾:

1. فتح حدود الضفة الغربية وقطاع غزة أمام الأسواق العالمية والاندماج مع الاقتصادات المجاورة.
2. بناء البنية التحتية الأساسية للشعب الفلسطيني عبر استثمار عشرات مليارات في قطاع الكهرباء والمياه والاتصالات السلكية واللاسلكية.
3. رعاية استثمارات استثنائية من القطاع الخاص في ريادة الأعمال والشركات الصغيرة والسياحة والزراعة والإسكان والتصنيع والموارد الطبيعية.

(1) أبو سرية، عن الموقف العربي من صفقة القرن (موقع إلكتروني).

(2) عبد الكريم وآخرون، "صفقة القرن" في الميزان.. (ص 15-16).

4. تعزيز التنمية الإقليمية والتكامل الاقتصادي وزيادة التجارة في البلدان المجاورة وبما يعزز الاقتصادات الفلسطينية مع مصر وإسرائيل والأردن ولبنان، ويقلل الحواجز بين هذه الأطراف وزيادة التعاون بينها، بما يؤدي إلى بناء اقتصادات قوية متجاورة.
5. تمكين الشعب الفلسطيني من خلال التعليم وتطوير القوى العاملة وتحسين نوعية الحياة.
6. تحسين جودة التعليم بما يحول الضفة الغربية وقطاع غزة، إلى مركز لتميز التعليمي.
7. تعزيز برامج تنمية القوى العاملة بما يمكن الفلسطينيين من الحصول على الأدوات التي يحتاجونها للمنافسة في الاقتصاد العالمي.
8. تطوير قطاع الرعاية الصحية الفلسطيني، بما يؤدي إلى تحسين النتائج الصحية بشكل كبير في جميع أنحاء الضفة الغربية وقطاع غزة.
9. تحسين نوعية الحياة، بحيث تساعد الجيل القادم من الفلسطينيين على استكشاف قدراتهم الإبداعية، وصقل مواهبهم وتحويل الضفة الغربية وقطاع غزة إلى مركز ثقافي وترفيهي يستفيد منه جميع الفلسطينيين.
10. تعزيز الحكم الفلسطيني الشفاف من خلال إدراك إمكانات الحكومة والاستثمار في الشعب، ما يؤدي إلى نمو الوظائف ويحقق ازدهار الشعب الفلسطيني واقتصاده بالشراكة بين القطاعين العام والخاص.
11. تطوير بيئة العمل من خلال تحسين حقوق الملكية الخاصة والضمانات ضد الفساد وتوفير الائتمان، واستعادة تجارب كوريا الجنوبية واليابان وسنغافورة، عبر معالجة متطلبات رأس المال البشري وثورة الابتكار وتنمية الشركات الصغيرة والمتوسطة، وجذب الشركات الدولية التي ستستثمر في الضفة الغربية وقطاع غزة الاقتصادي.
12. بناء مؤسسات القطاع العام عبر زيادة استقلال القضاء وتنمية منظمات المجتمع المدني من أجل المزيد من الشفافية الحكومية وتعزيز الثقة بين الفلسطينيين والمستثمرين الأجانب والخارج في اتخاذ قرارات وأحكام شفافة بصورة عادلة ومنح العقود وتنفيذها بأمانة وجعل الاستثمارات التجارية كلها آمنة.
13. تحسين الخدمات الحكومية عبر التخصص من متأخرات القطاع، وتنفيذ خطة موازنة وضريبة تعزز الاستدامة المالية على المدى الطويل، دون الحاجة لأموال المانحين، وتوفير الخدمات الحكومية بتكلفة منخفضة وعالية الكفاءة، مما يسهل نمو القطاع والخاص.

سابعاً: أهم البنود الرئيسية التي جاءت في وثيقة صفقة القرن:

يمكن القول إن فكرة صفقة القرن أو المخطط الأمريكي تقضي بأن تكون القدس عاصمة لإسرائيل، مقابل أن تكون أجزاء من القدس الشرقية مثل بلدة أبو ديس هي عاصمة الدولة الفلسطينية. أما شكل الدولة الفلسطينية فسيكون مشوهاً من الناحية الجغرافية، إذ تقام الدولة الفلسطينية في غزة وعلى أجزاء من الضفة المحتلة، خاصة مناطق من (أ، ب) التي لا تتجاوز مساحتها 40% من مساحة الضفة المحتلة، وتكون الدولة منزوعة السلاح؛ أي أن الدولة الفلسطينية وفق صفقة القرن هي مجموعة من المعازل الفلسطينية لا يربط بينها شيء سوى اسم الدولة، ويعني ذلك أن الطرق الالتفافية والمستوطنات والمناطق العازلة ومناطق (ج) التي ستكون في غالبيتها ضمن حدود إسرائيل، تقطع التواصل الجغرافي والاجتماعي والسياسي بين المناطق التي ستقام عليها الدولة الفلسطينية بمنطقة صفقة القرن⁽¹⁾. وفيما يلي أهم البنود التي تضمنتها الخطة الأمريكية:

- 1. الاتفاق:** جاء فيه يتم توقيع اتفاق ثلاثي بين إسرائيل ومنظمة التحرير وحماس وتقام دولة فلسطينية يطلق عليها "فلسطين الجديدة" على أراضي الضفة الغربية وقطاع غزة من دون المستوطنات اليهودية القائمة⁽²⁾.
- 2. إخلاء الأرض:** الكتل الاستيطانية تبقى كما هي بيد إسرائيل وستضم المستوطنات المعزولة⁽³⁾.
- 3. القدس:** لن يتم تقسيمها وستكون مشتركة بين إسرائيل وفلسطين الجديدة، وينقل السكان العرب ليصبحوا سكاناً في فلسطين الجديدة وليسوا إسرائيليين. وبلدية القدس تكون شاملة ومسؤولة عن جميع أراضي القدس باستثناء التعليم الذي تتولاه فلسطين الجديدة، وستدفع لبلدية القدس اليهودية ضرائب. كما أنه لن يسمح لليهود بشراء المنازل العربية، ولن يسمح للعرب بشراء المنازل اليهودية، ولن يتم ضم مناطق إضافية إلى القدس، وستبقى الأماكن المقدسة كما هي اليوم⁽⁴⁾.

(1) جرار، الاستراتيجية الفلسطينية في صد صفقة القرن ومواجهتها (ص 10).

(2) الأنباط، مسودة صفقة القرن .. أهم بنودها ومقرراتها (موقع إلكتروني).

(3) المرجع السابق (موقع إلكتروني).

(4) جرار، خطة ترامب المعروفة ب "صفقة القرن" (ص 17).

4. اللاجئيين: تتضمن الخطة بنداً يرفض الاعتراف بحق عودة اللاجئيين الفلسطينيين، ويتيح حل قضيتهم من خلال تثبيت وجودهم في الدول العربية التي يقيمون فيها، وتعويض من يقبل الانتقال إلى الدول الغربية⁽¹⁾.

5. غزة: تنص الصفقة على أن إسرائيل ستتخذ التزاماتها تجاه غزة بموجب اتفاق السلام الفلسطيني الإسرائيلي فقط حال اكتسبت السلطة الفلسطينية، أو أي هيئة أخرى مقبولة لدى إسرائيل، السيطرة الكاملة على غزة، ونزعت سلاح المنظمات الإرهابية فيها⁽²⁾. وستقوم مصر بمنح أراضي جديدة لفلسطين لغرض إقامة مطار ومصانع وللتبادل التجاري والزراعة، من دون السماح للفلسطينيين بالسكن فيها. ويُتفق على حجم الأراضي وثمنها بين الأطراف بوساطة الدول المؤيدة، ويشق طريق أوتستراد بين غزة والضفة الغربية ويسمح بإقامة ناقل تحت أرضي للمياه المعالجة بين غزة والضفة⁽³⁾.

6. الحدود: تطرح الخطة انسحاباً إسرائيلياً من أراضي داخل حدود دولة الاحتلال حالياً مقابل عدم انسحابها من الضفة، وتتركز هذه الأراضي في منطقة المثلث شمال الضفة الغربية، الواقعة داخل حدود إسرائيل وتسكنها أغلبية ساحقة من الفلسطينيين الحاملين للجنسية الإسرائيلية، إضافة إلى أراضي أخرى في صحراء النقب أيضاً، في حين تسيطر إسرائيل بشكل كامل ونهائي على غور الأردن وعلى المستوطنات، وتترك حدود الدولة الفلسطينية مفتوحة للتفاوض المستقبلي بين الطرفين⁽⁴⁾.

7. الجيش: يمنع على فلسطين الجديدة أن يكون لها جيش، والسلاح الوحيد المسموح به هو سلاح الشرطة. سيتم توقيع اتفاق بين إسرائيل وفلسطين الجديدة على أن تتولى إسرائيل الدفاع عنها من أي عدوان خارجي، بشرط أن تدفع هذه الدولة لإسرائيل ثمن هذه الحماية ويتم التفاوض بين إسرائيل والدول العربية على قيمة ما سيدفعه العرب للجيش الإسرائيلي ثمناً للحماية⁽⁵⁾.

(1) عشقوتي، هذه بنود صفقة القرن (ص 50).

(2) سمارة، بنود "صفقة القرن": "ترانسفير" ديمغرافي لفلسطيني إسرائيل و"قدس" جديدة بين أبوديس وشعفاط (موقع إلكتروني).

(3) جراد، خطة ترامب المعروفة بـ "صفقة القرن" (ص 17).

(4) عشقوتي، هذه بنود صفقة القرن (ص 50).

(5) الإمام، صفقة العصر أهدافها وسبل مواجهتها (موقع إلكتروني).

ثامناً: فلسفة الصفقة، تزوير التاريخ وتشويه الحاضر والمستقبل:

تستند فلسفة الخطة على أربع نقاط جوهرية⁽¹⁾:

1. أن أرض فلسطين التاريخية "أرض إسرائيل" هي الوطن التاريخي للشعب اليهودي، وأن تطلعات إسرائيل بهذا الشأن هي تطلعات مشروعة تماماً والوجود البشري الفلسطيني على هذه الأرض هو وجود طارئ له، تطلعات ولكن لهذه التطلعات سقف وحدود لا يجب أن تمس أو تنتقص من الحق التاريخي لليهود.
2. أن أي تسليم من جانب إسرائيل بأي حق من حقوق الفلسطينيين المكفولة بقرارات الشرعية الدولية هو تنازل إسرائيلي.
3. أن حرب عام 1967م كانت دفاعية وأن من حق الدول التي تستولي على أراض في حرب دفاعية أن تستحوذ عليها خلافاً لمبدأ عدم جواز الاستيلاء على الأرض بالقوة.
4. الصراع الفلسطيني الإسرائيلي لا يُحل بالقرارات الدولية وإنما فقط بالتفاوض والاتفاق بين الطرفين، وهنا تكمن الخديعة لأن الصراع نشأ بقرار دولي 181، وفي كل الصراعات الدولية هدف التفاوض هو تنفيذ القرارات الدولية والقانون الدولي هو الحكم الذي يوجه عمليات التفاوض.

تاسعاً: اللاجئين الفلسطينيين وصفقة القرن:

تحول الصراع العربي- الإسرائيلي إلى نزاع بين إسرائيل وكل دولة على حدة، وهو عبارة عن خلاف قابل للحل بتسوية باسترجاع الأراضي الفلسطينية التي احتلت في عام 1967م، وتحويل قضية فلسطين نفسها إلى قضية الضفة الغربية وقطاع غزة، أي الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967م، مثل باقي الدول العربية⁽²⁾. وتورد الخطة فيما يتعلق باللاجئين الفلسطينيين أن⁽³⁾: "الصراع العربي الإسرائيلي تسبب بمشكلة اللاجئين الفلسطينيين واليهود على حد سواء"، وتركزت بنود الحل على إنهاء حق العودة وحرمان اللاجئين من أية تعويضات مالية، وتوطينهم في الدول العربية التي يقيمون فيها، وجاء في البنود، أنه لن يكون هناك أي حق في العودة أو

(1) دائرة شؤون المفاوضات بمنظمة التحرير الفلسطينية، صفقة القرن: صفقة بين ترامب ونتنياهو لتصفية قضية وحقوق شعب فلسطين (ص 6-7).

(2) بشارة، صفقة ترامب - نتنياهو (ص 86).

(3) دائرة شؤون المفاوضات بمنظمة التحرير الفلسطينية، صفقة القرن - صفقة بين ترامب ونتنياهو لتصفية قضية وحقوق شعب فلسطين (ص 13).

استيعاب أي لاجئ فلسطيني في دولة إسرائيل، وهو ما أكد عليه رئيس الحكومة الإسرائيلية المنتهية ولايته بنيامين نتنياهو أثناء حضوره المؤتمر المذكور، حيث صرح بأن صفقة القرن" تضمن حل مشكلة اللاجئين الفلسطينيين "خارج حدود إسرائيل"⁽¹⁾.

وتمارس الخطة تحايلاً على المجتمع الدولي والتفافاً إسرائيلياً أمريكياً على فعل التشريد القسري الذي مارسته العصابات الصهيونية على شعب فلسطين المستقر في أرضه منذ آلاف السنين، وذلك بمساواتها بين حالة اللاجئين الفلسطينيين الذين هجروا بطريقة منهجية من ديارهم بالقوة أو بارتكاب المجازر الترويعية أو التهديد باستخدام القوة وبين حالة اليهود من البلدان العربية التي قامت الحركة الصهيونية بحملة منظمة من أجل إجلائهم وتوطينهم في إسرائيل شبيهة بالحملة التي نظمت من أجل استقطاب المهاجرين من سائر أنحاء العالم إلى إسرائيل والتي اعتبرت إحدى الركائز الرئيسية للصهيونية، حيث أن المجتمع الدولي ممثلاً بالجمعية العامة لهيئة الأمم المتحدة لم يعلن عن حالات لاجئين يهود على العكس من ذلك، أصدر على ضوء نكبة الشعب الفلسطيني عام 1948م قراراً هاماً للاجئين الفلسطينيين هو قرار 194 والذي تنص الفقرة 11 منه صراحة على ضرورة عودة اللاجئين الفلسطينيين إلى بيوتهم وقراهم الأصلية التي هجروا منها، باعتبارهم شعباً وليس مجموعة أفراد متضررين من الحروب مثل حالات كثيرة، وهذا يرد أيضاً على التسمية الصفيقة التي أطلقتها خطة ترامب لدى وصفها للشعب الفلسطيني بالفلسطينيين⁽²⁾.

وقد بدأت الإدارة الأميركية الحالية حربها على اللاجئين عبر تشكيكها بإحصاءات وكالة الأمم المتحدة لغوث وتشغيل اللاجئين "الأونروا"، بعدد اللاجئين الفلسطينيين، وصولاً إلى قرار وقف تمويل "الأونروا" في 31 آب 2018، في خطوات تمهيدية لما أعلن في خطة ترامب للسلام المزعوم المسماة "صفقة القرن"، و تتضمن الصفقة بنداً خاصاً يتعلق بقضية اللاجئين الفلسطينيين، ينص على إنهاء القضية من خلال إنهاء حق العودة وحرمان الفلسطينيين من أي تعويضات مالية، وتوطينهم في الدول العربية التي لجأوا إليها⁽³⁾.

(1) مركز العودة الفلسطيني، "صفقة القرن" .. 3 خيارات مجحفة لشطب قضية اللاجئين الفلسطينيين (موقع إلكتروني).

(2) دائرة شؤون المفاوضات بمنظمة التحرير الفلسطينية، صفقة القرن - صفقة بين ترامب ونتنياهو لتصفية قضية وحقوق شعب فلسطين (ص13).

(3) مركز العودة الفلسطيني، "صفقة القرن" .. 3 خيارات مجحفة لشطب قضية اللاجئين الفلسطينيين (موقع إلكتروني).

وزعمت الصفقة أنه لن يكون هناك أي حق في العودة أو استيعاب أي لاجئ فلسطيني في دولة إسرائيل، وطرحت ثلاثة خيارات للاجئين الفلسطينيين الذين يبحثون عن مكان إقامة دائم⁽¹⁾:

1. الاستيعاب في دولة فلسطين مع خضوع هذا الخيار لقيود إسرائيلية.
2. الاندماج في البلدان المضيفة التي يتواجدون بها بما يخضع لموافقة الدول ذاتها.
3. قبول 5000 لاجئ سنويًا على مدى 10 سنوات (بواقع 50000 لاجئ) في دول مجلس التعاون الإسلامي.

وأشارت الصفقة إلى أنه عند توقيع اتفاقية السلام الإسرائيلية الفلسطينية، فإن وضع اللاجئين الفلسطينيين سوف ينتهي من الوجود، وسيتم إنهاء "الأونروا"، وتحويل مسؤولياتها إلى الحكومات المعنية، وسيتم استبدال مخيمات اللاجئين في دولة فلسطين بتجمعات سكنية جديدة⁽²⁾. وقد شكلت التوجهات الأمريكية لفرض خطتها على الطرف الفلسطيني بخصوص ملف اللاجئين، فذهبت إلى شن حملة تحريض وتشويه على وكالة "الأونروا" وكالة الغوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين "باتهامها بالفساد وأنها تسبب في تعميق المشكلة وليس حلها، وكانت المساهمات الأمريكية لميزانية الأونروا تبلغ 364 مليون دولار، واشترطت العودة للمساهمة التي تبلغ 30%⁽³⁾.

عاشراً: الموقف الفلسطيني الرسمي من صفقة القرن:

على الرغم من السياسة الأمريكية المنحازة للطرف الإسرائيلي، فقد أعلن المجلس المركزي بدورته المنعقدة في أكتوبر 2018م الاستمرار بتجميد العلاقات والاتصالات مع الإدارة الأمريكية إلى حين تراجعها عن اعتبار القدس عاصمة لإسرائيل، وتوقفها عن الضغوط التي تمارسها على الهيئات الدولية خاصة وكالة الأونروا المكلفة بشؤون اللاجئين الفلسطينيين لإسقاط حق العودة عنهم، كذلك تجميد الاعتراف بدولة الاحتلال لحين اعترافها بالدولة الفلسطينية، ورفض جميع

(1) المرجع السابق (موقع إلكتروني).

(2) المرجع نفسه.

(3) عامر، خطة القرن وتشكل الرؤية الصهيونية للصراع العربي الإسرائيلي (ص 93).

أشكال المشاريع المشبوهة التي تشكل جوهر صفقة القرن التي تهدف إلى فصل قطاع غزة عن الضفة الغربية، ووقف جميع أشكال التنسيق الأمني مع الاحتلال الإسرائيلي⁽¹⁾.

حادي عشر: موقف الفصائل الفلسطينية من صفقة القرن:

يوجد إجماع فلسطيني رسمي وشعبي وعلى مستوى الفصائل والقوى الفلسطينية على رفض صفقة القرن حيث قامت مئات الفعاليات، ولعبت مسيرات العودة الكبرى في غزة وأدواتها الخنثى دورًا في إيجاد بيئة معادية لصفقة القرن⁽²⁾.

الجهة الشعبية رأت أن ترامب لم يغادر في خطابه جوهر السياسة الأمريكية الثابتة القائمة على القتل والعدوان والإرهاب والاستيلاء على مقدرات وخيرات الشعوب خصوصًا في منطقتنا العربية، والحفاظ على أمن وديمومة الكيان الصهيوني الراعي للرسمي للتطرف والإرهاب، والمستفيد الأعظم من العريضة الأمريكية في المنطقة⁽³⁾، إن ثمن هذه الخطة هو التضحية بالمشروع الوطني، الرضوخ للحل الأمريكي- الإسرائيلي، الذي طرحه كوشنر وأدى تغييب الفلسطينيين، ومقاطعتهم لورشة المنامة، إلى إفشال الحدث وإفراغه من مضمونه⁽⁴⁾.

وقال الأمين العام لجهة النضال الشعبي الفلسطيني عضو اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية د. أحمد مجدلاني، إن إدارة ترامب أعادت العلاقات الفلسطينية الأمريكية إلى ما قبل عام 1988م، معتبرًا أن خطاب ترامب رسالة واضحة أن إدارته شريك حصري للاحتلال⁽⁵⁾.

وذكر مسؤولون كبار في حركة فتح أن جاريد كوشنر الوسيط الأمريكي لعملية السلام طلب من الملك السعودي إقناع الرئيس محمود عباس بعدم معارضة الخطة الأمريكية الجديدة والموافقة على تجديد المفاوضات مع إسرائيل في إطار مؤتمر إقليمي، وأنه تمت ممارسة

(1) وكالة وفا، "المجلس المركزي" يقرر إنهاء التزامات منظمة التحرير والسلطة الوطنية كافة تجاه اتفاقاتها مع سلطة الاحتلال (موقع إلكتروني).

(2) مركز زيتونة للدراسات والاستشارات، تطورات صفقة القرن ومساراتها المحتملة (ص 9).

(3) وكالة قدس برس، الجبهة الشعبية تدعو منظمة التحرير لمواجهة "صفقة القرن" (موقع إلكتروني)

(4) عبد الكريم وآخرون، صفقة القرن في الميزان (ص 15-16).

(5) القدس العربي، مسؤول فلسطيني يكشف تفاصيل صفقة القرن القائمة على مشروع "ايغور آيلاند" (موقع إلكتروني).

ضغوطات شديدة عليه وتهديده بوقف المساعدات المالية للسلطة الفلسطينية ودعم منافسة السياسي محمد دحلان⁽¹⁾.

وعبر رئيس المكتب السياسي لحركة حماس في غزة إسماعيل هنية، عن موقف حركة حماس من مسيرة العودة أكثر من مرة، حيث اعتبر أنّ فعاليات مسيرة العودة دليل على تشبث الفلسطينيين بحق العودة، ورفضهم لتصفية القضية الفلسطينية، وأنّ الشعب الفلسطيني لن يتنازل عن القدس المحتلة، لا بصفقة قرن ولا بغيرها⁽²⁾، وفور الإعلان عن تفاصيل صفقة القرن، أعلنت حركة حماس رفض الخطة مؤكدة أنها ستسقطها، وقال خليل الحية نائب رئيس حماس "نرفض هذه الصفقة ولن نقبل بديلاً عن القدس عاصمة لدولة فلسطين ولن نقبل بديلاً عن فلسطين لتكون دولتنا، ولن نقبل المساس بحق العودة وعودة اللاجئين"⁽³⁾.

بالرغم من كل التحديات الدولية التي يتعرض لها الفلسطينيون، إلا أنّ غالبية الفصائل متمسكة بخيار المقاومة بشقيها الشعبي والمسلح كردة فعل على إجراءات الاحتلال وصفقة القرن التي يُراد منها تصفية القضية الفلسطينية، ومن جهة أخرى تمارس السلطة الفلسطينية مفاوضات الدبلوماسية العربية والدولية بهدف إيقاف المخاطر والتحديات التي تواجه القضية الفلسطينية من خلال المباحثات والندوات والمؤتمرات الدولية في مواطن كثيرة.

وبالتالي وصل الشعب الفلسطيني إلى دائرة ضيقة في المفاوضات الدولية والعربية والمباحثات التي أثقلت كاهل المواطن الفلسطيني، فعاودت من جديد تستخدم أداة المقاومة الفلسطينية، فبرزت فكرة مسيرة العودة وكسر الحصار التي غيرت في الموازين إلى حدٍ ما.

ثاني عشر: الموقف العربي، ما بين الرفض والقبول للصفقة:

أثرت الصراعات بين الأنظمة العربية في الموقف من قضية فلسطين بموجب التحالفات الدولية، كما تحدد الموقف منها بموجب حاجة النظام إلى الشرعية التي تمثلها هذه القضية في الوجدان الشعبي، وصعدت قضية فلسطين إلى الواجهة⁽⁴⁾. وتدرك إسرائيل ومعها الولايات المتحدة مكانة كل من مصر والأردن، بحكم تأثير مصر على غزة وتأثير الأردن على الضفة الغربية، لذا

(1) أبو كريم، صفقة القرن الأمريكية: ملامح وتحديات (ص 10).

(2) المركز الفلسطيني للإعلام، نص كلمة هنية خلال اللقاء الوطني "متحدون في مواجهة صفقة القرن (موقع إلكتروني).

(3) موقع الشرق، حماس تعلن رسمياً موقفها من صفقة القرن (موقع إلكتروني).

(4) بشارة، صفقة ترامب - نتنياهو (ص 86).

يحاول العدو أن يبتز الدولتين، من خلال الضائقة الاقتصادية التي يمر بها الأردن، والمشكلة الأمنية التي تمر بها مصر⁽¹⁾.

وقد تباينت ردود فعل الدول العربية على المستوى الفردي من خطة التسوية الأميركية، فبعض الدول حضرت مؤتمر إعلان خطة التسوية الأميركية، رغم دعوة السلطة الفلسطينية السفراء العرب بعدم حضور المؤتمر باعتباره مؤامرة تهدف إلى إفشال قيام دولة فلسطين، في حين جاءت مواقف دول أخرى ما بين رفض الخطة أو التحفظ على بنودها، رغم دعمها لرعاية الولايات المتحدة لعملية السلام. كما أن هناك مواقف متباينة للدول نفسها، إذ رحبت بالخطة الأميركية لحظة إعلانها، ثم عادت وأكدت على الحقوق الفلسطينية. وقد جاءت الردود على النحو الآتي:

1. دول حضرت مؤتمر الإعلان⁽²⁾: حضر سفراء ثلاث دول خليجية: الإمارات، البحرين،

وعُمان مؤتمر إعلان الخطة. ورحب يوسف العتيبة، سفير الإمارات بواشنطن، بالجهود الأميركية المستمرة للتوصل إلى اتفاق سلام، وأثنى على الخطة بقوله بأن "تعتقد الإمارات أن الفلسطينيين والإسرائيليين يمكنهم تحقيق سلام دائم وتعايش حقيقي بدعم من المجتمع الدولي. تقدم الخطة المعلنة اليوم نقطة انطلاق مهمة للعودة إلى المفاوضات ضمن إطار دولي بقيادة الولايات المتحدة.

من جهتها، أشادت وزارة خارجية البحرين في بيان لها بدور الولايات المتحدة للمضي قدماً في عملية السلام، وأعربت عن تطلعها للأطراف المعنية لدراسة الخطة التي قدمتها الولايات المتحدة، والبدء في مفاوضات مباشرة تحت رعاية الولايات المتحدة للتوصل إلى اتفاق يلبي طموحات الشعبين الفلسطيني والإسرائيلي.

أما عُمان، فقد حضرت حنينة المغيرية سفيرة السلطنة بواشنطن إعلان خطة التسوية. وأكد يوسف بن علوي، وزير الخارجية العماني، في مؤتمر وزراء الخارجية العرب بتاريخ 2020/2/1، ضرورة إيجاد حل سلمي بين الطرفين باتفاق يضمن حقوق الشعب الفلسطيني وحل الدولتين حسب الشرعية الدولية، وقد دعا العرب سابقاً، في الدورة العاشرة للمنتدى الاقتصادي العالمي، الذي عقد في نيسان/أبريل 2019م، إلى تبيد مخاوف إسرائيل بإجراءات واتفاقات حقيقية بين الأمة العربية وإسرائيل.

يبدو التناقض واضحاً في مواقف الدول الخليجية التي حضرت الإعلان ما بين تصريحاتها الفردية وتصريحاتها الجماعية، لا سيما الموقف العماني، فرغم حضورها للإعلان، أظهرت

(1) أبو سرية، عن الموقف العربي من صفقة القرن (موقع إلكتروني).

(2) الشراوي، الموقف العربي من صفقة القرن (ص 6-7).

السلطنة رفضها لما ورد في الخطة، وذلك عن طريق إطلاق وكالة الأنباء العُمانية بعد أيام من إعلان الخطة طابعًا بريديًا تحت شعار "القدس عاصمة فلسطين".

2. دول رفضت الحضور ورحبت بالجهود الأميركية للتوصل إلى سلام⁽¹⁾: قاطعت بقية

الدول العربية مؤتمر إعلان الخطة الأميركية، وتباينت تصريحاتها من الخطة، حيث رحبت كل من مصر والسعودية وقطر بالجهود الأميركية للتوصل إلى تسوية أميركية، فيما دعت وزارة الخارجية المصرية في بيان لها إلى الدراسة المتأنية للرؤية الأميركية لتحقيق السلام، والوقوف على كافة أبعادها، وفتح قنوات الحوار لاستئناف المفاوضات برعاية أميركية، غير أن سامح شكري وزير خارجية مصر أعاد في مؤتمر وزراء الخارجية العرب تأكيد دعم بلاده الثابت والكامل للقضية الفلسطينية، وإصرار مصر على إحلال السلام والتوصل إلى تسوية تعيد للشعب الفلسطيني كامل حقوقه المشروعة.

أما السعودية، فقد أثنت في بيان لها على الجهود الأميركية لتطوير خطة شاملة للسلام بين الجانبين الفلسطيني والإسرائيلي، وتشجع البدء في مفاوضات مباشرة بين الجانبين الفلسطيني والإسرائيلي تحت رعاية الولايات المتحدة، و"معالجة أي خلافات حول أي من جوانب الخطة من خلال المفاوضات"، وقد عادت وأكدت في اجتماع وزراء الخارجية العرب على لسان فيصل آل سعود، وزير الخارجية، أن المملكة لم تتوان أو تتأخر في دعم الشعب الفلسطيني لاستعادة حقوقه المشروعة وإقامة دولته.

من جهتها، رحبت قطر بالمساعي الأميركية شريطة أن تتوافق مع قرارات الشرعية الدولية، حيث أبدت استعدادها في بيان أصدرته وزارة الخارجية لتقديم الدعم المطلوب لأية مساعي ضمن هذه الأسس لحلّ القضية الفلسطينية، موضحةً أنه لا يمكن للسلام أن يكون مستدامًا ما لم تُصنّ حقوق الشعب الفلسطيني في إقامة الدولة والعودة إلى أراضيها.

3. دول رفضت الحضور ورفضت ما جاء في المؤتمر⁽²⁾: رفضت كل من المملكة الأردنية

والكويت خطة التسوية الأميركية، حيث أكد ملك الأردن عبد الله الثاني أن المملكة ستستمر في تكريس كل إمكاناتها لحماية المقدسات وهويتها العربية الإسلامية والمسيحية باعتبارها الوصي على المقدسات الإسلامية والمسيحية في القدس، أما الكويت، فقد أكدت وزارة خارجيتها أن الحل العادل والشامل للقضية الفلسطينية لا يتحقق إلا بالالتزام بقرارات

(1) المرجع السابق، ص 8.

(2) الشرقاوي، الموقف العربي من صفقة القرن (ص 9).

الشرعية الدولية ذات الصلة، وبالمرجعيات التي استقر عليها المجتمع الدولي، وفي مقدمتها إقامة الدولة الفلسطينية.

يبدو أن الدول العربية، ما زالت ترى بأن الإدارة الأميركية هي وحدها القادرة على رعاية عملية التسوية، رغم إجراءات وقرارات ترامب تجاه القضية الفلسطينية وهضبة الجولان. وما زالت تؤمن بأن المفاوضات المباشرة بين الإسرائيليين والفلسطينيين هي الحل الواقعي، رغم خروج الإدارة الأميركية عن قواعد القانون الدولي وقرارات الشرعية الدولية منذ أن اعترفت بالقدس "عاصمة لإسرائيل" في نهاية العام 2017م.

ثالث عشر: هل ستمر صفقة القرن؟:

بقراءة الخطة يمكن التأكيد على ع اختلاف صفقة القرن عن أي مبادرات طرحتها الإدارات الأميركية السابقة، حيث انتهجت تلك الإدارات دبلوماسية مختلفة في التعامل مع ملف الصراع العربي الإسرائيلي. منذ كامب ديفيد في 1978م حتى مدريد في 1991م فأوسلو 1994م ثم طابا عام 2000م وصولاً لمساعي أوباما التي توقفت في 2013م. أما صفقة القرن فلم تكن وليدة مفاوضات علنية أو سرية وإن كان هناك نقاش فهذا النقاش كان مع طرف واحد وتم تغييب الجانب الفلسطيني تماماً عنها؛ إذ أصبحت الصفقة مقبولة من طرف واحد رئيسي ومرفوضة من الطرف الرئيسي الآخر، الأمر الذي سيضعها في ثلاجة الموتى حتى إشعار آخر، لأن أي مشروع يحتاج تنفيذه لطرفين⁽¹⁾. وبعد الجولة الأخيرة لكوشنر وجرينبلات للمنطقة ولقائهما مع عدد من الزعماء العرب وكذلك رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو ورغم موافقة بعض الأطراف العربية على الصفقة، إلا أن التقييم كان بتدني فرصة نجاح هذه الصفقة حال طرحها لأسباب عدة منها⁽²⁾:

1. عدم وضوح بعض معالم الصفقة وتفاصيلها، وبقيتها مبهمه وبشكل مقصود حتى اللحظة.
2. محاولة فرض الحلول بالإكراه والإجبار ثبت فشلها في السابق وإصرار الإدارة الأميركية على تجاوز أي معارضة.
3. مقاطعة قيادة السلطة الفلسطينية برام الله لمبعوثي ترامب ورفض الخوض في تفاصيل الصفقة واعتبارها صفقة للقضية الفلسطينية.

(1) الحامد، مصير صفقة.. صفقة.. "فرصة القرن" (موقع إلكتروني).

(2) حمامي، صفقة القرن الحلم القديم الجديد (ص 120)

4. استحالة تحقق السلام على أساس منفعة الإسرائيليين مقابل مصادرة حقوق الفلسطينيين ومصادرة أرضهم وتهويدها ونفيهم خارج بلادهم واستبدال تلك الحقوق بحوافز مالية واستثمارية.
 5. استمرار التعنت من الجانب الإسرائيلي برفض أي تسويات تتطلب تنازلات من طرفهم والتعويل على السلام الاقتصادي مقابل السيطرة المطلقة على الأرض والأجواء والمياه و الموارد الاقتصادية.
 6. توجه المجتمع الإسرائيلي نحو مزيد من التطرف سواء من قبل العلمانيين أو المتدينين، مع ارتفاع الأصوات المطالبة بضم الضفة الغربية بشكل نهائي لإسرائيل.
 7. فشل حل الدولتين من خلال الإجراءات الإسرائيلية على الأرض من مصادرة وتهويد واستيطان وجدار وحواجز.
 8. رفض الأردن لفكرة التوطين الكامل وأن يصبح وطناً بديلاً للفلسطينيين.
 9. صعوبة تقبل لبنان فكرة تجنيس الفلسطينيين على أراضيها وهو ما سيتسبب بأزمة جيوسياسية- ديموغرافية عند طوائف عدة هناك.
 10. المشاكل التي يتعرض لها الرئيس الأمريكي والتي تقترب من بدء إجراءات عزله عن الرئاسة.
 11. حالة المواجهة التي خلفتها الإدارة الأمريكية مع دول وتكتلات كبرى مثل الصين وروسيا والاتحاد الأوروبي التي لن تسمح باستبعادها من أي تسوية.
 12. صمود قطاع غزة ورفض محاولات التدجين حتى في ظل الحديث عن تهدئة طويلة الأمد.
 13. رفض شعبي كبير لصفقات تنتقص من الحقوق .
 14. الوضع الإقليمي الملتهب في ظل استمرار المواجهات بين الشعوب والحكام.
 15. الوهم المتمثل في فكرة أن المشكلة هي مشكلة معيشية بحتة، و أن الفلسطيني مستعد لبيع حقوقه مقابل الإغراءات المالية، وأن ذلك سيضمن نجاح الصفقة.
- إن أهم ما في رؤية ترامب في نظر الاسرائيليين هو اعترافها بالواقع الذي تغير جذرياً في الـ 53 عاماً الأخيرة منذ حرب 1967م، وإيقاف عملية تمويهه ونشر الأوهام حول إمكانية إعادة

العجلة إلى الخلف، هذا ما يثمنه اليمين الإسرائيلي في رؤية ترامب، وأما فلسطينياً فيفترض أن تدفع هذه الصراحة الأمريكية الإسرائيلية للتفكير في استراتيجيات جديدة⁽¹⁾.

المبحث الثالث:

خطاب النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو صفقة القرن

يتناول المبحث الثالث موقف وتقييم وآراء النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية لصفقة القرن وللخطاب الإعلامي الموجه للدول العربية والأجنبية إزاء صفقة القرن، من خلال ست مقابلات أجراها الباحث مع نخب سياسية وإعلامية، هم: الكاتب الصحفي مصطفى الصواف، المحلل السياسي أحمد يوسف، الناطق باسم حركة حماس حازم قاسم، المحلل السياسي سمير أبو مدللة، عضو المكتب السياسي لحركة الجهاد الإسلامي وليد القططي، وأمين سر اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية صائب عريقات.

أولاً: أهمية الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن:

تكمن أهمية الخطاب الإعلامي الفلسطيني في أنه النافذة التي من خلالها تدخل إلى تفكير المجتمع الفلسطيني ومعرفة اهتماماته وما يشغله وطرق تفكيره ومعالجته لمشاكله السياسية والمجتمعية، ومما يزيد من أهمية "الخطاب الحديث عن صفقة القرن" وشرح خطورتها وتأثيرها السلبي على القضية الفلسطينية ومعرفة طرق مواجهتها⁽²⁾.

كما وتظهر أهمية هذا الخطاب في تأكيده على الحقوق الفلسطينية الكاملة بأراضيها الفلسطينية ومقدساتها الإسلامية، وحق العودة وضرورة مقاومة الاحتلال ورفض أي جهة مناضلة

(1) بشارة، صفقة ترامب - نتناهو (ص 105).

(2) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

واتهامها بالإرهابية، وكذلك رفض نزع سلاح المقاومة في أي مكان في فلسطين، وقد كشف الخطاب الإعلامي أكاذيب الرواية الصهيونية بأن لهم حق تاريخي وديني في فلسطين، وكذلك الكشف عن حالة الانحياز الفاضحة للإدارة الأمريكية الحالية، وجريمة المشاركين في الصفقة من المنطقة العربية، وفضح موقفهم ونزع الشرعية عنهم، وتحدث الخطاب عن خطورة التطبيع الذي أوصل الإدارة الأمريكية لهذه الرؤية، مما أدى إلى حشد رأي عام رافض للصفقة⁽¹⁾.

يؤكد القيادي وليد القطبي على أهمية الخطاب الفلسطيني ودوره الكبير في مواجهة صفقة القرن لإبطال الرواية الصهيون-أمريكية للصراع، ونشر الرواية الفلسطينية للصراع، وتوضيح حقائق الصراع للعالم⁽²⁾.

ويضيف المحلل السياسي أحمد يوسف أنه وبرغم الإمكانيات السياسية المحدودة لرفض صفقة القرن، إلا أنه يوجد إمكانات إعلامية متواضعة يمكن أن توصل رسالة للغرب أنها صفقة مرفوضة بإجماع فلسطيني، ولا يمكن التعاطي معها بأي شكل من الأشكال حتى لو تجاوز الحد، لما فيها من مسئولية كبيرة للحق الفلسطيني⁽³⁾.

ويرى المحلل السياسي سمير أبو مدللة أن الإعلام الفلسطيني بشكل عام له أهمية كبيرة في مخاطبة الرأي الفلسطيني والخارجي، فكل بيت يعتمد على الأخبار عبر شبكة الإنترنت التي جعلت العالم كقرية صغيرة مفتوحة على الجميع⁽⁴⁾.

ثانياً: فاعلية الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن:

مع بداية صفقة القرن، توحد الخطاب الإعلامي في مواجهة الصفقة، فقد وحدت موقف الأطراف الفلسطينية المختلفة وتفاعل الخطاب الإعلامي الفلسطيني الإيجابي ضد الصفقة رفضاً لها، فلم يظهر فيه التناقضات مما جعل وحدة الفهم قائمة لدى متابعي الخطاب الإعلامي الفلسطيني⁽⁵⁾.

(1) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

(2) وليد القطبي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

(3) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

(4) سمير أبو مدللة، قابله: عصام الأغا (12 مارس 2020م).

(5) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

وعبر الناطق باسم حماس قاسم عن حالة الرضا والإيجابية عن الخطاب الإعلامي الفلسطيني في مواجهه الصفقة خاصةً بين الفصائل التنظيمية، بخلاف أداء السلطة الفلسطينية التي أظهرت دوراً مرتبكاً، ولا ينسجم مع رأي وموقف الفصائل الإسلامية والوطنية الأخرى، ونتج عنه عدم حسم موقف سلطوي مرفق بخطوات ميدانية، كما وبرز في موقف رئيس السلطة الفلسطينية محمود عباس في خطاباته التي بدأت قوية ثم تراجعت بشكل تدريجي ومتواصل وصولاً للأضعف وخاصة أمام مجلس الأمن كمثل فلسطيني شرعي ووحيد، مما أوجد فرق جوهري بين الخطاب الفصائلي والسلطوي⁽¹⁾.

ويرى القطبي أن الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن غير فعّال لاقتصاره على اللغة العربية فهو بحاجة إلى لغات أخرى موجه للغرب خاصة⁽²⁾.

ثالثاً: درجة الثقة بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن:

يقول الصواف إن الخطاب الإعلامي الفلسطيني في مواجهة صفقة القرن صادق واكتسب ثقة المتابعين بدرجة عالية ونتمنى أن تكون هذه الوحدة والثقة في كل القضايا الفلسطينية المتعلقة بالثوابت الوطنية⁽³⁾، فيما يرى المحلل السياسي أحمد يوسف بأن الثقة بالخطاب الفلسطيني ليست كبيرة خاصة أن الإعلام الفلسطيني منقسم على نفسه، فإعلام السلطة منحاز لمواقفها كافة والإعلام في غزة معارض لكثير من مواقف السلطة الفلسطينية؛ فنتج عن ذلك غياب موقف ورؤية موحدة يمكن أن يصدرها الإعلام بشكل أو بآخر باستثناء ما ظهر بصفقة القرن، لكن لا يمكن التعويل عليه في ظل الانقسام الفلسطيني⁽⁴⁾، فيما يؤكد القيادي القطبي على أن الثقة بالخطاب الإعلامي الفلسطيني موجودة، ولكن فاعليتها وتأثيرها في السياسة ضعيف وغير مؤثرة فيما يخص قضايا الصفقة⁽⁵⁾.

(1) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

(2) وليد القطبي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

(3) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

(4) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

(5) وليد القطبي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

رابعاً: فعاليات الخطاب الإعلامي الفلسطيني حول صفقة القرن:

يقول يوسف إن الإمكانيات المتاحة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني ما هي إلا عدد من التصريحات التي تخرج على ألسنة المسؤولين في الوسائل الإعلامية التقليدية أو عبر منصات التواصل الاجتماعي برغم توافرها، لكنها لم تمتلك القدرة على اختراق شبكات ووكالات الإعلام الدولية لتبرز قوة الرأي الفلسطيني وتفرض حضورها في الكتابات والتغطيات المتعلقة بالموقف الفلسطيني تجاه الصفقة⁽¹⁾، وهذا ما يؤكد رؤية القيادي القططي بأن وسيلة انتشار الخطاب الفلسطيني ضعيفة رغم كثرتها وتنوعها وتواجدها في أغلب المناطق الفلسطينية⁽²⁾.

ويؤكد يوسف أن ما يُكتب ويُنشر في وسائل الإعلام الأجنبية بشكل عام، والأمريكية والإسرائيلية على وجه التحديد حول الصفقة أو الذين تحدثوا لم تكن مرجعيتهم المواقف الفلسطينية اتجاه القضية، بل ركزوا على الانتكاسة في دور منظمة التحرير الفلسطينية ومجلس الأمن والجمعية العامة والمماثلة في ما تم التفاوض والاتفاق عليه سابقاً، وكل الذين رفضوا الصفقة أيضاً لم تكن مرجعيتهم حركة حماس أو السلطة أو حركة فتح والرئيس عباس بل ما سبق الاتفاق عليه في أوصلو وقرارات الأمم المتحدة وما تم التوافق عليه غربياً بالتعامل مع الصراع العربي الإسرائيلي والقضية الفلسطينية، وبالتالي مرجعياتنا في تأثيرها بوسائل الإعلام الدولية أو الموقف السياسي الغربي لم تكن ضمن إطار تلك الجهات الغربية⁽³⁾.

وفي رؤية مختلفة يرى قاسم أن الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن فعال إلى حد ما، فقد أوصل رواية الشعب الفلسطيني الراض لكل الأطراف المعنية محلياً وإقليمياً ودولياً، مما زاد من فاعلية الخطاب الذي أربك بعض المواقف الإقليمية التي تعاطت مع الصفقة ومتطلباتها، فاضطرت بعض الأطراف إلى تبني موقف منسجم مع الموقف العربي العام ودفعتهم للتراجع لو مرحلياً، كما أن خطابهم تجاه منع الاحتلال الإسرائيلي من استغلال الصفقة والترويج لها وتصديرها دولياً بسبب إجماع فلسطيني رافض لصفقة القرن بشكل واضح وكبير⁽⁴⁾.

(1) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

(2) وليد القططي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

(3) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

(4) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

بينما يجد الصواف بأن الفعاليات التي صاحبت صفقة القرن لم تكن بالمستوى المطلوب لمواجهة الصفقة سواء في الضفة أو غزة وإن كانت فعاليات القطاع أكبر بكثير من الضفة التي شاركت فيها كل القوى الفلسطينية⁽¹⁾.

خامساً: العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن:

يرى يوسف أن قضية صفقة القرن أرادت أن تطوي ملف أوسلو بكل منجزاتها وإخفاقاتها، كونها تناولت الكثير من المحرمات والمحذورات الفلسطينية، بالتالي ظهور صفقة جديدة تستفز الفلسطينيين خاصة في قضايا القدس ونقل السفارة والتسهيلات والمستوطنات وغور الأردن، فهذه القضايا بالنسبة للفلسطينيين خطوط حمراء كبيرة بحجم كارثة عام 48، مما يعطي فرصة لتثبيت واقع معين بالقوة على الحالة التي تمت بعد اتفاق أوسلو بأن تكون هناك دولة فلسطينية على حدود عام 67، بما أن الصفقة تضم محاور كثيرة وحساسة ليست لصالح الفلسطيني، فقد حركت بشكل كبير جداً الإعلام الفلسطيني وتفاعل معه الإعلام الغربي بشكل أو بآخر⁽²⁾.

وفي الاتجاه ذاته يرى القططي أن أهم العوامل المؤثرة في الصفقة، هو وجود تأثيرات سياسية تعمل على تحقيق وتثبيت الصفقة، وخاصة الأحداث الميدانية المتعلقة بانتهاكات الاحتلال لحقوق الفلسطينيين⁽³⁾، ويجد أبو مدللة أن العوامل المؤثرة على وسائل الإعلام تتمثل في تبني خطوات عملية وصياغة الخطاب الفلسطيني بشكل موحد، وتنفيذ استراتيجية وطنية بشقين، الأول: تصعيد العصيان والانتفاضة، والثاني: وجود استراتيجية سياسية تقوم بخطوات عملية وخطاب موحد وبرنامج سياسي تستند عليه⁽⁴⁾.

بينما أجمل قاسم عدد من العوامل التي أثرت على وسائل الإعلام في قضايا الصفقة، أبرزها⁽⁵⁾:

1. العامل الميداني من خلال التصعيد الميداني والخطوات الاحتجاجية.
2. موقف السلطة الفلسطينية وما يترتب على علاقتها مع الاحتلال بالتنسيق الأمني ووقف العمل بالاتفاقات.

(1) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

(2) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

(3) وليد القططي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

(4) سمير أبو مدللة، قابله: عصام الأغا (12 مارس 2020م).

(5) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

3. الاهتمام بالعمل الوطني المشترك وإمكانية بلورة صيغة نضالية موحدة تستطيع أن تواجه صفقة القرن وتداعياتها.

وفي ذات الإطار قال الصواف إن اتساع التناقضات في الخطاب الإعلامي والتشكيك في النوايا بسبب ضبابية موقف السلطة وعدم اتخاذها خطوات صحيحة للتعبير عن الرفض وبقاء موقفها الإعلامي دون أي خطوات فعلية برغم قدرتها على اتخاذ قرارات ملموسة، بالإضافة لضعف الحراك الشعبي للتعبير عن الرفض رغم وجود فعاليات؛ ولكنها لا تعبر عن الرفض الحقيقي نحو صفقة القرن⁽¹⁾.

سادساً: سمات ومرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن:

يرى يوسف أن مرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني ليست معادلة سياسية يمكن التعاطي معها بحال من الأحوال؛ لأنها تمس محرمات فلسطينية ولا يمكن أن يتساهل الخطاب فيها على المستوى السياسي والإعلامي الحقوقي لأنها تسعى لفرض صفقة مخالفة لكل التشريعات والقوانين الدولية وسلب دولة فلسطين المتعارف عليها تاريخياً بأنها من البحر إلى النهر، وإرثها الديني بأنها مهد الأنبياء وسلب القدس العاصمة بأي شكل من الأشكال وهذا ما يرفضه جميع الفلسطينيين⁽²⁾.

ويرى القطبي بأن مرتكزات الخطاب الإعلامي نحو الصفقة عشوائية ولا يوجد تخطيط في التغطية الإعلامية، إلى جانب غياب خطة إعلامية استراتيجية فلسطينية موحدة، وتبعثر الجهود الإعلامية على اختلاف منطلقاتها السياسية، وأنها ذات طابع هجومي غير علمي في معظمها⁽³⁾.

فيما يؤكد الصواف على أهمية الصدق والموضوعية في التعبير عن الموقف الفلسطيني والوضوح من قبل الفصائل الفلسطينية والشعب الفلسطيني، إلا موقف السلطة الذي شابه بعض التردد وعدم الوضوح، ولازال الخطاب الإعلامي متواصل، برغم انشغال الخطاب الإعلامي بجائحة كورونا إلا أنه مازال مستمراً بالتعبير عن رفضه لصفقة القرن ولكن بدرجة أقل عما سبق⁽⁴⁾.

(1) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

(2) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

(3) وليد القطبي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

(4) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

ويرى أبو مدللة أن سمات ومرتكزات الإعلام الفلسطيني الرسمي والفصائلي يجب أن تكون على قدر من المسؤولية في إظهار البطش الإسرائيلي، والتركيز على القضايا الكبرى مثل اللاجئين والاستيطان والقدس وحق العودة وأبعاد الصفقة ومخاطرها⁽¹⁾.

سابعاً: اتجاه الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن:

ويرى أحمد يوسف أن الكل الفلسطيني رافض لهذه الصفقة لأن فيها ظلم كبير يحاول الطرف القوي أن يفرضها على الطرف الضعيف دون مراعاة للحقوق الإنسانية، ضاربين بعرض الحائط التفاهات الدولية لمجلس الأمن، فذلك يعزز الرفض حتى لو قامت الإدارة الأمريكية بتمريرها بالقوة في الضفة أو غزة، وقيامها بوقف المساعدات والدعم بكافة أشكاله وأساليب الضغط السياسي، سيبقى رد الفعل الفلسطيني قوي في إطاره النخبوي الفلسطيني⁽²⁾.

ثامناً: المعوقات الداخلية والخارجية للخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن:

يرى حازم أن المعوقات الداخلية بسبب تذبذب موقف رئاسة السلطة الفلسطينية وسياستها الإعلامية ورغم وجود الخطاب الإعلامي الواضح الذي شاركت فيه الفصائل قبيل إعلان ترامب عن الصفقة أدت إلى موقف تراجع في مجلس الأمن، كما وأعاق التذبذب الفلسطيني الداخلي توصيل الخطاب الإعلامي الحاسم تجاه قضايا صفقة القرن ورغم من وجود رفض موحد لصفقة القرن، فلم يخرج الفلسطينيون بموقف موحد إعلامياً كبيان أو وثيقة أو مؤتمر مشترك بسبب رفض السلطة الفلسطينية لأي عمل أو فعالية مشتركة، ورفضها للمشاركة بفعالية نفذت بغزة ومنعها من إقامة أي خطوات احتجاجية في الضفة الغربية مما أضعف الخطاب الإعلامي الفلسطيني، فنتج عن ذلك إضعاف الخطاب السياسي الإعلامي الذي ينبغي أن يكون مسنوداً بموقف ميداني يدعمه⁽³⁾، ويجمل القططي أبرز المعوقات للخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن على المستوى الداخلي والخارجي بأنها ناجمة عن الانقسام الفلسطيني، وغياب المشروع الوطني الموحد، وعدم وجود استراتيجية إعلامية واحدة، بالإضافة إلى الفوضى السياسية والإعلامية الفلسطينية⁽⁴⁾.

(1) سمير أبو مدللة، قابله: عصام الأغا (12 مارس 2020م).

(2) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

(3) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

(4) وليد القططي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

وبحسب يوسف فإن الإعلام الفلسطيني ضعيف بسبب الانقسام ويبقى قاصر لخدمة سياسات التنظيم، كما لا يوجد وحدة موقف أو قرار أو استراتيجية كي تصل رسالته بشكل قوي، فوكالة وفا مثلاً تخدم السلطة، وفي غزة بعض الوكالات تخدم حركة حماس مقارنةً بماكينه الإعلام الصهيوني الذي يملك قدرة فائقة للتأثير في الإعلام الغربي وتشكيل صورة ذهنية لتحقيق مصالحهم الاستراتيجية بغض النظر عن نزاهتها⁽¹⁾. فيما يرى الصواف بأن المعوقات الداخلية أوجدت بعض التناقض في الموقف الفلسطيني وعدم تفاعل جميع الفلسطينيين مع الفعاليات المنفذة بغض النظر عن أيديولوجياتها السياسية⁽²⁾.

أما المعوقات الخارجية فقد حصرها قاسم في ندرة تعاطي عدد من وسائل الإعلام العربية مع الخطاب الإعلامي الفلسطيني لأنها منحازة لجهة ما، أو بسبب رفض مموليهها التعاطي مع صفقة القرن، وغياب لغة فلسطينية موحدة للغرب خاصة الضفة الغربية، مما نتج عنها انتشار مفردات وأبجديات فلسطينية مختلفة، ناهيك عن قصور أدوات السلطة الفلسطينية الدائمة لإيصال الرواية الحقيقية للغرب، كما أن الخطاب الإعلامي الفلسطيني الذي تصدره السلطة الفلسطينية لا يحظى بإجماع فلسطيني بسبب عدم نجاحه خاصة الخارجية الفلسطينية بما فيها السفارات المنتشرة في مختلف دول العالم⁽³⁾، ويرى الصواف أن أبرز معوق خارجي هو افتقار المعبرين عن المواقف الفلسطينية للغة الخطاب العالمي التي يمكن أي يفهمها بصورة سليمة في ظل انجازات الجاليات الفلسطينية المحدودة⁽⁴⁾.

تاسعاً: مقترحات للنهوض بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن:

يؤكد يوسف أن نهضة الخطاب الإعلامي تكون من خلال استثمار الطاقات الفذة داخل الساحة الفلسطينية، ووضع رؤية استراتيجية قادرة على تنفيذ خطط وبرامج لتطوير الخطاب الإعلامي الفلسطيني بكافة قضاياها الوطنية التفصيلية بما فيها صفقة القرن⁽⁵⁾.

(1) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

(2) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

(3) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

(4) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

(5) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

ويركز الصواف على أهمية وحدة الخطاب والفهم والعمل من منطلق أن الصفقة هي تصفية للقضية وضياح للحقوق، ولذلك يجب العمل على مخاطبة العالم الخارجي باللغة التي يفهمها وتفعيل الفعاليات المساندة لتشكل نوعاً ممنهجاً من الخطاب الإعلامي الفلسطيني⁽¹⁾.

ويقترح القططي للنهوض بالخطاب الفلسطيني ضرورة الوحدة الفلسطينية وإنهاء الانقسام والاتفاق على مشروع وطني واحد، وبناء استراتيجية إعلامية موحدة، وتوجيه الإعلام للعرب والغرب والعالم بنفس القوة⁽²⁾.

ويدعو قاسم إلى ضرورة توحيد لغة الخطاب الموجه داخلياً وخارجياً، وإيجاد جسم فلسطيني موحد من جميع الفصائل الفلسطينية يشارك في فعاليات العودة ومواجهة صفقة القرن، وأن ينبثق عن هيئة مسيرات العودة ومواجهة صفقة القرن لجنة إعلامية موحدة تقوم بصياغة الخطاب وتحديد المفردات والصياغات الإعلامية، لتعزيز قوة ومصداقية للخطاب الإعلامي في مواجهة الصفقة، إلى جانب توقيع ميثاق إعلامي يتضمن أمور عدة منها: رفض انعكاس الخلاف السياسي على طبيعة الخطاب، ومنع الخطاب الانقسامى خلال مواجهة الصفقة والضغط على السلطة للقيام بواجبها الإعلامي، وقيام السفارة بدورها لإيصال رواية شعبها بشكل واضح وسليم، وأخيراً تبني الخطوات الميدانية لمواجهة صفقة القرن لتعزز لغة الخطاب الإعلامي وحسم أمرها في هذا المربع وترك التذبذبات في القرارات والخطابات⁽³⁾.

ويقرر أبو مدللة أن المطلوب من صانعي القرار توحيد الخطاب بين غزة والضفة والشتات، والتركيز على مخاطر صفقة القرن، ومخاطبة الجمهور بعقلانية، وتحديد المهام للمناطق الفلسطينية كافة⁽⁴⁾.

(1) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

(2) وليد القططي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

(3) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

(4) سمير أبو مدللة، قابله: عصام الأغا (12 مارس 2020م).

الفصل الثالث

اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو
الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفقة
القرن

الفصل الثالث

اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفقة القرن

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة باتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفقة القرن، من خلال استطلاع آراءهم فيما يتعلق بالخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن: أهميته وفاعليته والثقة به، وحول سمات ومرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن، والدور المطلوب، واتجاهاتهم نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة القرن، ومعوقات الخطاب الاعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن من وجهة نظرهم، ومن ثم مناقشة النتائج واختبار الفروض، وهو ينقسم إلى مبحثين، هي:

المبحث الأول: مناقشة نتائج الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن

وفرضياته.

المبحث الثاني: أهم النتائج والتوصيات.

المبحث الأول

مناقشة نتائج الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن وفرضياته

يهدف هذا المبحث إلى التعرف على اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفقة القرن، حيث تم تقسيم هذا المبحث إلى أربعة محاور رئيسية، يتناول المحور الأول: الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن، أهميته وفاعليته والثقة به، والمحور الثاني: سمات ومرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن.. والدور المطلوب، والمحور الثالث: اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة القرن، والمحور الرابع: معوقات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن، والمحور الخامس: مناقشة فرضيات الدراسة.

أولاً: الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن، أهميته وفاعليته والثقة به:

1. مدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية.

جدول (3.1) يوضح مدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية

مدي المتابعة	ك	%
كبير جداً	62	41.3
كبير	68	45.3
متوسط	17	11.3
قليل	3	2.0
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول (3.1) أن نسبة المبحوثين الذي يتابعون وسائل الإعلام الفلسطينية بشكل كبير بلغت 45.3% في المقام الأول، تبعثها درجة المتابعة بشكل كبير جداً في المرتبة الثانية بنسبة 41.3%، بينما جاء مدى المتابعة بشكل متوسط ثالثاً بنسبة 11.3%، فيما حصل المبحوثون الذي كانت درجة متابعتهم لوسائل الإعلام الفلسطينية قليلة على المرتبة الأخيرة بنسبة 2.0%.

ويرى الباحث أن النتيجة جاءت منطقية وفي السياق الطبيعي، حيث دلت على الاهتمام الكبير من النخب لمتابعة وسائل الإعلام الفلسطينية بشكل عام، حيث جاءت نسبة متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية ما بين الكبيرة جداً والكبيرة بنسبة 86.6%، وهي نسبة تعد مرتفعة ومقبولة

في ظل أن المبحوثين هم نخبة المجتمع وقادة الرأي، وهو ما يستلزم اهتمامهم بمتابعة وسائل الإعلام الفلسطينية للإحاطة بالأخبار والأحداث وتداعياتها.

2. الوقت اليومي لمتابعة وسائل الاعلام الفلسطينية.

جدول (3.2) يوضح الوقت اليومي لمتابعة وسائل الاعلام الفلسطينية

الوقت التي تقضية لمتابعة وسائل الاعلام الفلسطينية	ك	%
أقل من ساعة	8	5.3
من ساعة إلى أقل من ساعتين	41	27.3
من 2 إلى أقل من 3 ساعات	36	24.0
من 3 إلى أقل من 4 ساعات	21	14.0
أكثر من 4 ساعات	44	29.3
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول (3.2) أن 29.3% من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام الفلسطينية بمعدل أكثر من 4 ساعات يومياً، بينما 27.3% منهم يتابعون وسائل الإعلام الفلسطينية من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً، فيما 24.0% منهم يتابعونها من 2 إلى أقل من 3 ساعات يومياً، في حين 14.0% منهم يتابعونها من 3 إلى أقل من 4 ساعات يومياً، فيما 5.3% من المبحوثين يتابعونها أقل من ساعة في اليوم.

ويرى الباحث أن الوقت المقتضي في متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية من قبل النخبة قليل، حيث أنّ معظم المبحوثين هم من النخبة الإعلامية كما جاء في الجدول رقم (1.5) والذين هم بحاجة للاطلاع والمتابعة بشكل مستمر ومطول لمعرفة أهم وأبرز الأخبار التي تحتاج لتغطية ومتابعة وتفسير وتحليل. وبالتالي يحتاج الإعلاميون إلى أوقات أطول لمتابعة وسائل الإعلام ومتابعة آخر المستجدات وما يطرأ على الساحة الفلسطينية.

3. الانطباع العام عن أداء الإعلام الفلسطيني.

جدول (3.3) يوضح الانطباع العام عن أداء الإعلام الفلسطيني

الانطباع العام	ك	%
قوي جداً	15	10.0
قوي	62	41.3
متوسط	65	43.3
ضعيف	7	4.7

0.7	1	ضعيف جداً
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول (3.3) أن انطباع المبحوثين حول أداء الإعلام الفلسطيني جاء متوسطاً في المقام الأول بنسبة 43.3%، تبعه الأداء القوي في المرتبة الثانية بنسبة 41.3%، فيما جاء الأداء قوياً جداً في المرتبة الثالثة بنسبة 10.0%، وحصل الأداء الضعيف على المرتبة الرابعة بنسبة 4.7%، وأخيراً جاء الأداء الضعيف جداً بنسبة 0.7%.

جاء الانطباع العام حول أداء الإعلام الفلسطيني متوسطاً بالدرجة الأولى ثم قوياً بنسبة قريبة، وتدل هذه النتيجة على أن المبحوثين يرون أن فعالية الإعلام الفلسطيني كانت غير كافية في تغطية الأحداث والقضايا التي تهم الفلسطينيين، حيث بلغت نسبة الانطباع المتوسط والضعيف والضعيف جداً 48.7% مقابل 51.3% للانطباع القوي جداً والقوي.

ويرجع الباحث هذه النتيجة إلى حالة المقارنة التي تقوم بها النخب السياسية والإعلامية بين ما تقدمه وسائل الإعلام الفلسطينية وما يتابعونه عبر وسائل الإعلام العربية والدولية، وكذلك إلى أهمية وضخامة الحدث المتمثل في صفقة القرن، من حيث تداعياته وتأثيراته على القضية الفلسطينية والتي تمس جوهرها وتتجاوز ثوابتها، وبالتالي كان لا بد أن يكون الاهتمام بشكل أكبر.

4. أهم القضايا التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني.

جدول (3.4) يوضح أهم القضايا التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني

النسبة %	التكرار	أهم القضايا
49.3	74	صفقة القرن
30.7	46	مسيرات العودة
8.7	13	الأسرى
4.7	7	حصار غزة
1.3	2	عمليات المقاومة
1.3	2	الانقسام
0.7	1	القدس
0.7	1	الاستيطان
2.7	4	أخرى
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول (3.4) أن أهم القضايا التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني من وجهة نظر المبحوثين هي صفقة القرن بنسبة 49.3%، تبعتها مسيرات العودة في المرتبة الثانية بنسبة 30.7%، ثم الأسرى في المرتبة الثالثة بنسبة 8.7%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محسن (2015م)⁽¹⁾، حيث أكد المحررون على أن خطاب الصحف الفلسطينية نحو قضية الأسرى مقصر ويغفل موضوعات مهمة ولا يتعمق بالقضية بنسبة 47.1%.

فيما جاء حصار غزة رابعاً بنسبة 4.7%، وحلّت الموضوعات الأخرى في المرتبة الخامسة بنسبة 2.7%، وتساوي كل من عمليات المقاومة والانقسام في المرتبة السادسة بنسبة 1.3% لكل منهما، وجاءت قضايا القدس سابعاً بالتساوي مع الاستيطان بنسبة 0.7% لكل واحدة.

واختلفت مع دراسة العجلة (2014م)⁽²⁾، حيث حصلت قضية الانتهاكات في المسجد الأقصى على المرتبة الأولى بنسبة 29.3%، وتلاها الاستيطان بنسبة 24.3%.

وتشير النتيجة السابقة إلى أن القضية الأكثر اهتماماً من قضايا الخطاب الإعلامي الفلسطيني وفقاً للمبحوثين هي قضية صفقة القرن، ويرجع اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بها إلى حداتها وبروزها على الساحة مؤخراً بشكل كبير، كذلك إلى أهميتها الكبيرة خصوصاً وأنها تمس ثوابت القضية الفلسطينية وتتجاوز الخطوط الحمراء، كذلك فإن حلول مسيرات العودة في المرتبة الثانية يعود أيضاً لاستمرارية المسيرات والنتائج والتبعات التي تنتج عنها أسبوعياً من جرحى وشهداء وما يتبعها من تصعيدات في بعض الأوقات، وكذلك بروز المفاوضات غير المباشرة المتعلقة بها بعد كل جمعة، وتأتي قضية الأسرى في المرتبة الثالثة؛ ولكن بنسبة قليلة مقارنة بما سبقها من قضايا رغم حيوية هذه القضية والتي من المفترض أن تحظى باهتمام الخطاب الإعلامي الفلسطيني لما تعنيه من انتهاك لحريات الأسرى والخطر المستمر الذي يهدد حيواتهم، وجاءت بقية القضايا في ذيل اهتمامات الخطاب الإعلامي الفلسطيني من وجهة نظر المبحوثين رغم أهميتها كقضية حصار غزة والمصالحة والانقسام والاحتلال، إلا أنها جاءت في آخر ترتيب أوليات القضايا المهمة للخطاب الإعلامي الفلسطيني من وجهة نظر المبحوثين، ويمكن تفسير هذا بالميل نحو قضايا أكثر أهمية.

(1) محسن، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي: دراسة وصفية.

(2) العجلة، الخطاب الصحفي نحو القدس في الصحافة العربية الدولية: دراسة تحليلية مقارنة

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الحافي وطبيل (2017م)⁽¹⁾، حيث جاءت القضايا الوطنية الخاصة بالثوابت الوطنية (القدس، اللاجئين. الخ) وكشف ممارسات الاحتلال بدرجات مرتفعة بلغت 74.2%.

5. مدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن.

جدول (3.5) يوضح مدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن

مدي الاهتمام	ك	%
كبير جدا	53	35.3
كبير	69	46.0
متوسط	25	16.7
قليل	3	2.0
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول (3.5) أن اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن وفقاً للمبجوثين كان كبيراً في المقام الأول بنسبة 46.0%، بينما رأى المبجوثون أن الاهتمام بصفقة القرن في وسائل الإعلام الفلسطينية كان كبيراً جداً في المرتبة الثانية بنسبة 35.3%، تلاه الاهتمام المتوسط ثالثاً بنسبة 16.7%، فيما كان قليلاً في المرتبة الاخيرة بنسبة 2.0%

وبالنظر إلى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن، نجد أنّ مجموع درجتي الاهتمام كبير جداً وكبير بلغت 81.3% من وجهة نظر المبجوثين، وهذا يدل على أن النخبة الإعلامية والسياسية الفلسطينية ترى أن وسائل الإعلام الفلسطينية تولي قضية صفقة القرن اهتماماً مناسباً، وتخصص مساحات واسعة لمعالجتها، حيث الأهمية الكبيرة لهذه القضية وتأثيرها على جوهر القضية الفلسطينية، ومالها من تداعيات، لذا نجد أنّ وسائل الإعلام الفلسطينية أبرزت صفقة القرن قبل وأثناء وبعد الإعلان عن الصفقة بنقل الأخبار والتحليل والتعليق والتفسير وإبراز المواقف، باعتبارها واحدة من أهم القضايا على الساحة الفلسطينية.

(1) الحافي وطبيل، دور النخبة السياسية في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة.

6. درجة قيام الإعلام الفلسطيني بدوره تجاه قضية صفقة القرن.

جدول (3.6) يوضح درجة قيام الإعلام الفلسطيني بدوره تجاه قضية صفقة القرن

درجات قيام الاعلام الفلسطيني	ك	%
كبير جداً	21	14.0
كبير	69	46.0
متوسط	52	34.7
قليل	8	5.3
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول (3.6) أن درجة قيام الإعلام الفلسطيني بدوره تجاه قضية صفقة القرن من وجهة نظر المبحوثين كانت كبيرة في المقام الأول بنسبة 46.0%، وجاءت متوسطة في المرتبة الثانية بنسبة 34.7%، ثم كبيرة جداً في المرتبة الثالثة بنسبة 14.0%، فيما جاءت قليلة في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.3%.

وتشير النتائج إلى أن تقييم النخبة الفلسطينية لدور الإعلام الفلسطيني تجاه صفقة القرن يقترب من الحيادية، حيث أن مجموع درجتي التقييم كبير جداً وكبير بلغت 60%، وبهذا يمكن القول أنه ومن وجهة نظر النخبة الفلسطينية يقوم الإعلام الفلسطيني بدوره في تغطية قضية صفقة القرن؛ ولكن ليس بالدرجة الكبيرة، حيث أنه وبناءً على ما تقدّم من ضخامة الحدث وأهميته وتأثيراتها العميقة على القضية الفلسطينية، يستوجب هذا إيجابية أكبر في التعاطي مع قضية صفقة القرن وعرض وجهات النظر المختلفة وابتكار آليات تتناسب وحجم القضية. إلا أننا نجد تعارضاً طفيفاً بين هذه النتيجة ونتيجة الجدول (3.5) التي خلصت إلى أن وسائل الإعلام الفلسطينية أبدت اهتماماً مرتفعاً بقضية صفقة القرن.

ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى أن النخبة الفلسطينية تقارن بين الدور الطبيعي للإعلام الفلسطيني في التغطية والاهتمام، والدور المفترض في التأثير من خلال التحليل والتفسير والتعليق والتغطية العميقة من جميع الجوانب والأبعاد، بحيث أن وسائل الإعلام لم تؤدّ دوراً كافياً، خصوصاً وأنّ القضية ليست قضية تحتمل وجهات نظر وليست قضية خلافية، وبالتالي هناك إجماع على الموقف منها في كل وسائل الإعلام.

وانتفتت هذه الدراسة مع دراسة دراسة زغرة (2016م)⁽¹⁾، حيث توصلت أنه يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة الإعلاميين الفلسطينيين بإعلام المقاومة خلال العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014 م، ومدى استقادتهم من هذا الإعلام.

7. مدى الاعتقاد بأن النخب الفلسطينية تمارس دوراً في توجيه الخطاب نحو قضية صفقة القرن.

جدول (3.7) يوضح مدى الاعتقاد بأن النخب الفلسطينية تمارس دوراً في توجيه الخطاب نحو قضية صفقة القرن

النخب الفلسطينية	ك	%
كبير جداً	17	11.3
كبير	57	38.0
متوسط	61	40.7
قليل	14	9.3
قليل جداً	1	0.7
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول (3.7) أن النخب الفلسطينية تمارس دوراً متوسطاً في توجيه الخطاب نحو قضية صفقة القرن من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 40.7%، بينما جاء الدور الكبير في المرتبة الثانية بنسبة 38.0%، تبعه الدور كبير جداً ثالثاً بنسبة 11.3%، فيما جاء دور قليل في المرتبة الرابعة بنسبة 9.3%، وأخيراً قليل جداً بنسبة 0.7%.

وتشير النتيجة السابقة إلى أنّ تقييم عينة الدراسة لدور النخب الفلسطينية في توجيه الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن كان متوسطاً يقترب من الضعف، حيث أنّ مجموع درجتي كبير وكبير جداً بلغ 49.3%، مقابل 40.7% للمتوسط و10% للضعيف والضعيف جداً، وتؤكد هذه النتيجة ما جاءت به نتيجة الجدول (3.6)، حيث أفادت أن وسائل الإعلام الفلسطينية لم تقم بالدور المنوط بها تجاه صفقة القرن، وهي قضية مهمة جداً ومصيرية. وحيث أن الدور المنوط بها مهم جداً من خلال عرضهم للتحليلات السياسية والآراء حول صفقة القرن، وتقنيد بنودها ومعطياتها والرد على ما فيها، وتوجيه الرأي العام الفلسطيني وحشده خلف الموقف الرافض لها المتمسك بأرضه وثوابته.

(1) زغرة، اتجاهات الإعلاميين الفلسطينيين نحو إدارة المقاومة الفلسطينية للمعركة الإعلامية خلال العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م: دراسة ميدانية.

وتختلف هذه النتيجة مع ما ذهب إليه الناطق باسم حماس "حازم قاسم" حيث قال: مع بداية صفقة القرن، توحد الخطاب الإعلامي في مواجهة الصفقة، فقد وحدت موقف الأطراف الفلسطينية المختلفة وتفاعل الخطاب الإعلامي الفلسطيني الإيجابي ضد الصفقة رفضاً لها، فلم يظهر فيه التناقضات مما جعل وحدة الفهم قائمة لدى متابعي الخطاب الإعلامي الفلسطيني⁽¹⁾.

8. أكثر وسائل الإعلام الفلسطينية التي تعتمد عليها النخبة في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن.

جدول (3.8) يوضح أكثر وسائل الإعلام الفلسطينية التي تعتمد عليها النخبة في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن

الرتبة	الحصول على المعلومة
1	المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي
2	الصحف والمجلات المطبوعة
3	الإذاعات الفلسطينية
4	تطبيقات الهاتف المحمول
5	القنوات التلفزيونية الفلسطينية
6	أخرى

يتبين من الجدول (3.8) أن المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى كأكثر وسائل الإعلام الفلسطينية التي تعتمد عليها النخبة في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن، بينما جاءت الصحف والمجلات المطبوعة بالمرتبة الثانية، ثم الإذاعات الفلسطينية ثالثاً، تلتها تطبيقات الهاتف المحمول في المرتبة الرابعة، ثم القنوات التلفزيونية الفلسطينية في المرتبة الخامسة، تبعها مواقع وسائل الإعلام الأخرى سادساً وأخيراً.

هذا يعني أن اعتماد النخب السياسية والإعلامية بشكل كبير على المواقع الإلكترونية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى، ويرى الباحث أن هذه النتيجة منطقية في ضوء التطورات الهائلة والثورة التكنولوجية الكبيرة وما تقدمه المواقع من خدمات إعلامية من حيث التغطية المباشرة والآنية والعالمية، والخدمات التفاعلية التي تقدمها هذه المواقع، ودورها في تقديم كل ما هو جديد من مستجدات الأحداث والقضايا على الساحة الفلسطينية، مع عدم إغفال أهمية الوسائل الأخرى.

(1) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

واتفقت مع دراسة بدر (2017م)⁽¹⁾، حيث بينت الدراسة أن 46.7% من المبحوثين لا يتابعون الصحف الفلسطينية اليومية، كما اتفقت مع دراسة أبو قوطة (2015م)⁽²⁾، حيث بينت أن الغالبية العظمى من النخب السياسية الفلسطينية يتابعون المواقع الإلكترونية لاكتساب المعلومات عن المفاوضات بنسبة 93.6%.

واتفقت كذلك مع دراسة بربخ (2014)⁽³⁾، حيث جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر الذي اعتمد عليها المبحوثين كمصدر أثناء العدوان بنسبة 78.7% في حين ما نسبته 70.1% اعتبروا الاذاعات مصدرهم للمعلومات أثناء العدوان على قطاع غزة.

9. مدى اعتماد النخبة على وسائل الاعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن.

جدول (3.9) يوضح مدى اعتماد النخبة على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن

مدي اعتماد النخب على وسائل الإعلام	ك	%
كبير جداً	19	12.7
كبير	83	55.3
متوسط	38	25.3
ضعيف	8	5.3
ضعيف جداً	2	1.3
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول (3.9) أن اعتماد النخبة على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن كان كبيراً في المقام الأول بنسبة 55.3%، بينما جاء الاعتماد متوسطاً في المرتبة الثانية بنسبة 25.3%، وحصلت درجة الاعتماد الكبير على نسبة 12.3% في المرتبة الثالثة، وجاء الاعتماد ضعيفاً في المرتبة الرابعة بنسبة 5.3%، وأخيراً جاء ضعيفاً جداً بنسبة 1.3%.

(1) بدر، اتجاهات النخبة الفلسطينية نحو معالجة الصحف الفلسطينية اليومية لقضية الانقسام: دراسة تحليلية وميدانية.

(2) أبو قوطة، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية الاسرائيلية: دراسة ميدانية.

(3) بربخ، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014: دراسة ميدانية في محافظات غزة.

هذا يدل على أن اهتمام النخبة الفلسطينية بوسائل الإعلام الفلسطينية متوسط يقترب من الكبير، حيث مجموع درجتي كبير وكبير جداً بلغ 68%، وهو مؤشر على حرص النخبة الفلسطينية السياسيين والإعلاميين على متابعة الإعلام الفلسطيني واستقاء المعلومات منه حول قضية صفقة القرن؛ ولكن ليس بالمتابعة المطلوبة.

ويرى الباحث أن النتيجة منطقية وتأتي في السياق الطبيعي، في ظل الانفتاح الإعلامي ووجود وسائل الإعلام الإلكترونية العالمية والفضائيات العربية والأجنبية التي تعد منافساً قوياً لوسائل الإعلام الفلسطينية وما تمتلكه من إمكانيات بشرية ومادية، وتقديمها للمعلومات والخدمات الإخبارية والتفسيرية، وهو دليل على أنها أكثر اهتماماً، مع وجود مساحةً بالطبع لوسائل الإعلام العربية والدولية وحتى الإسرائيلية والأمريكية، فهي مهتمة بالاستماع لجميع الرؤى حول العالم، وحتى المخالف منها لرؤيتهم.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة حرب (2014م)⁽¹⁾، حيث توصلت أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد النخبة الفلسطينية على وسائل الإعلام الجديد والقضايا التنموية المختلفة. ولا تعد قضية صفقة القرن قضية تنموية؛ إلا أنه يمكن الاستدلال بهذه النتيجة على زيادة الاهتمام بوسائل الإعلام الجديد مع بروز قضايا مهمة وكبيرة.

10. مدى معرفة النخبة بمحتوى صفقة القرن وأهم قضاياها.

جدول (3.10) يوضح مدى معرفة النخبة بمحتوى صفقة القرن وأهم قضاياها

معرفة النخبة بمحتوى صفقة القرن	ك	%
عالية جداً	31	20.7
عالية	70	46.7
متوسطة	44	29.3
منخفضة	4	2.7
منخفضة جداً	1	0.7
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول (3.10) أن درجة معرفة النخبة بمحتوى صفقة القرن وأهم قضاياها جاءت عالية في المقام الأول بنسبة 46.7%، بينما جاءت متوسطة في المرتبة الثانية بنسبة 29.3%، وجاءت درجة معرفتهم عالية جداً في المرتبة الثالثة بنسبة 20.7%، فيما جاءت منخفضة بنسبة 2.7% في المرتبة الرابعة، وأخيراً جاءت منخفضة جداً بنسبة 0.7%.

(1) حرب، مدى اعتماد النخبة الفلسطينية على الإعلام الجديد في عملية التنمية السياسية-قطاع غزة نموذجاً.

وتشير النتيجة السابقة إلى أنّ معرفة النخبة الفلسطينية بمحتوى صفقة القرن يعد متوسطاً يقترب من العالي، حيث مجموع درجتي عالية وعالية جداً بلغ 67.4%، ويرى الباحث أنّ هذه النتيجة غير مناسبة في ظل أهمية قضية صفقة القرن وتأثيراتها وتداعياتها على القضية الفلسطينية، وكذلك الدور المفترض للنخبة في التوعية وحشد الآراء خلف موقف الرفض لهذه الصفقة، وكذلك توفر المعلومات بشكل كامل حولها عبر المواقع الإلكترونية بالدرجة الأولى التي أبدى المبحوثون ثقتهم فيها وعبر وسائل الإعلام الأخرى.

وتختلف هذه الدراسة مع دراسة عبد الله (2018)⁽¹⁾، حيث تلعب النخبة الفلسطينية أدواراً رئيسية في صنع واقع اجتماعي وسياسي واقتصادي، عبر تعزيز معرفتهم بهذه الوقائع.

(1) عبد الله، التغييرات في تكوين وتوجهات النخبة الفلسطينية وأثرها على القرار السياسي الفلسطيني (1993-2016).

11. تقييم النخبة لخطاب الدول تجاه صفقة القرن.

جدول (3.11) يوضح تقييم النخبة لخطاب الدول تجاه صفقة القرن

الترتيب	الوزن النسبي %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قوي جدا		قوي		متوسط		ضعيف		ضعيف جدا		الفقرة	م
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
6	51.6	1.19	2.58	7.3	11	15.3	23	26.7	40	29.3	44	21.3	32	خطاب السلطة الفلسطينية	1
4	61.5	0.87	3.07	6.0	9	20.7	31	50.7	76	20.0	30	2.7	4	خطاب الفصائل الفلسطينية	2
3	64.7	1.13	3.23	12.7	19	31.3	47	30.7	46	17.3	26	8.0	12	الخطاب الشعبي الفلسطيني	3
7	41.6	1.08	2.08	3.3	5	7.3	11	20.0	30	32.7	49	36.7	55	الخطاب العربي الرسمي	4
2	72.7	1.17	3.63	22.0	33	46.7	70	11.3	17	12.7	19	7.3	11	الخطاب "الاسرائيلي" الرسمي	5
1	74.0	1.16	3.70	26.0	39	41.3	62	16.7	25	8.7	13	7.3	11	الخطاب الامريكى الرسمي	6
5	57.5	1.05	2.87	6.0	9	19.3	29	42.7	64	20.0	30	12.0	18	الخطاب الغربي الرسمي	7
	60.5	0.58	3.02	الدرجة الكلية											

يتبين من الجدول (3.11) أنّ الوزن النسبي الكلي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول تقييم النخبة لخطاب الدول تجاه صفقة القرن بلغ 60.5%، وهذا يدل على أن خطاب الدول حول صفقة القرن كان بدرجة متوسطة، حيث بلغ متوسط استجابات أفراد العينة على فقرات هذه المجال 3.02 عند انحراف معياري بلغ 0.58.

وعلى صعيد فقرات هذا المجال، فقد حصلت الفقرتين الخامسة والسادسة على تقييمات إيجابية، حيث حصل الخطاب الأمريكي الرسمي على وزن نسبي بلغ 74.0% عند انحراف معياري بلغ 1.16، وحصل الخطاب "الإسرائيلي" الرسمي على وزن نسبي 72.7% عند انحراف معياري بلغ 1.17.

وعلى مستوى آخر حصلت الفقرات الثالثة والرابعة على تقييمات متوسطة تقترب من الإيجابية، حيث حصل الخطاب الشعبي الفلسطيني على وزن نسبي بلغ 64.7% عند انحراف معياري بلغ 1.13. وحصل خطاب الفصائل الفلسطينية على وزن نسبي بلغ 61.5% عند انحراف معياري بلغ 0.87.

وحصلت الفقرات الأولى والسابعة على تقييمات متوسطة، حيث حصل الخطاب الغربي الرسمي على وزن نسبي بلغ 57.5% عند انحراف معياري بلغ 1.05. وحصل خطاب السلطة الفلسطينية على وزن نسبي بلغ 51.6% عند انحراف معياري بلغ 1.19. وحصلت الفقرة الرابعة على تقييمات ضعيفة، حيث جاء الخطاب العربي الرسمي بوزن نسبي بلغ 41.6% عند انحراف معياري بلغ 1.08.

ويُرجع الباحث أسباب حصول خطاب الدول حول صفقة القرن على تقييم متوسط من قبل النخبة الفلسطينية إلى ضعف الخطابات الفلسطينية والعربية وسلبية بعضها وقوة الخطابات غير الفلسطينية رغم سلبيتها بحسب رأي المبحوثين، حيث قيم المبحوثون الخطابين الأمريكي والإسرائيلي بشكل إيجابي فيما يتعلق بقوتهم، فيما كان تقييمهم للخطابات الفلسطينية الرسمية والفصائلية متوسطاً، والخطابات العربية جاء ضعيفاً، حيث رأي 46.7% من المستطلعة آراؤهم أنّ الخطاب الأمريكي الرسمي كان قوياً، وقيم 41.3% الخطاب الإسرائيلي الرسمي على أنه قوي، فيما رأي 69.4% و 51.6% أن الخطاب العربي الرسمي وخطاب السلطة الفلسطينية بين ضعيف إلى ضعيف جداً على التوالي. ويُعزى هذا الضعف في الخطابات الفلسطينية والعربية إلى عدم تقديم هذه الخطابات جديداً فيما يتعلق بالموقف من صفقة القرن واعتمادها على العبارات العاطفية والمواقف الكلامية، بعكس الخطاب الأمريكي والإسرائيلي اللذان يتحدثان من منطلق قوة وفرض أمر واقع.

ويختلف هذا مع ما ذهب إليه حازم قاسم الناطق باسم حماس، حيث يرى أن الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن فعال إلى حد ما، فقد أوصل رواية الشعب الفلسطيني الراض لكل الأطراف المعنية محلياً وإقليمياً ودولياً، مما زاد من فاعلية الخطاب الذي أربك بعض المواقف الإقليمية التي تعاطت مع الصفقة ومتطلباتها، فاضطرت بعض الأطراف إلى تبني موقف

منسجم مع الموقف العربي العام ودفعهم للتراجع لو مرحلياً كما أن خطابهم تجاه منع الاحتلال الإسرائيلي من استغلال الصفقة والترويج لها وتصديرها دولياً بسبب إجماع فلسطيني رافض لصفقة القرن بشكل واضح وكبي⁽¹⁾.

بينما يختلف معه الكاتب الفلسطيني الصواف حيث يرى بأن الفعاليات التي صاحبت صفقة القرن لم تكن بالمستوى المطلوب لمواجهة الصفقة سواء في الضفة أو غزة وإن كانت فعاليات القطاع أكبر بكثير من الضفة التي شاركت فيها كل القوى الفلسطينية⁽²⁾.

ويرى الباحث أن حصول الخطاب الرسمي الأمريكي على أعلى نسبة تقييم من النخبة الفلسطينية، حيث إنه يملك الترسانة الإعلامية بمختلف أشكالها للوصول لجميع أنحاء العالم، كونها أعتى قوة عسكرية واقتصادية في العالم، وتبعه "الإسرائيلي الرسمي" لأن الخطابين الإسرائيلي والأمريكي مرتبطان ببعضهما البعض، حيث اصطحب الرئيس الأمريكي "ترمب" رئيس وزراء الاحتلال بنيامين نتنياهو في خطابه في إعلانه عن صفقة القرن.

(1) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

(2) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

12.العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن.

جدول (3.12) يوضح العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن

الترتيب	الوزن النسبي %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض جدا		معارض		محايد		مؤيد		مؤيد جدا		الفقرة	م	
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك					
3	78.7	1.10	3.93	6.0	9	4.7	7	13.3	20	42.0	63	34.0	51	التوجه السياسي للقائمين عليها وسياساتها التحريرية	1	
7	74.3	1.13	3.71	7.3	11	7.3	11	15.3	23	46.7	70	23.3	35	موقف الوسيلة الإعلامية من صفقة القرن	2	
8	73.6	1.00	3.68	6.0	9	4.0	6	22.7	34	50.7	76	16.7	25	اهتمام الوسيلة بالقضايا السياسية الأخرى	3	
9	72.9	1.14	3.65	7.3	11	6.7	10	24.7	37	36.7	55	24.7	37	الانقسام والوضع السياسي القائم	4	
6	75.2	1.08	3.76	4.0	6	10.7	16	17.3	26	41.3	62	26.7	40	الظروف الإقليمية والدولية المساندة "لإسرائيل"	5	
4	77.7	1.18	3.89	6.0	9	8.0	12	15.3	23	32.7	49	38.0	57	خطورة صفقة القرن على القضية الفلسطينية	6	
1	81.6	1.16	4.08	5.3	8	7.3	11	9.3	14	30.0	45	48.0	72	تعد صفقة القرن أحد مشاريع التصفية للقضية الفلسطينية	7	
5	76.8	1.20	3.84	5.3	8	10.7	16	16.7	25	29.3	44	38.0	57	اعتبار صفقة القرن حل الأمر الواقع المبني على ميزان القوى العالمية	8	
2	80.8	1.09	4.04	4.0	6	6.0	9	14.7	22	32.7	49	42.7	64	اعتبار صفقة القرن أحد أشكال الانحياز الدولي اتجاه "إسرائيل"	9	
	76.8	0.71	3.84	الدرجة الكلية												

يتبين من الجدول (3.12) أنّ الوزن النسبي الكلي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن بلغ 76.8%، يدل على أن تأييد أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن كان بدرجة كبيرة، حيث بلغ متوسط استجابات أفراد العينة على فقرات هذه المجال 3.84 عند انحراف معياري بلغ 0.71.

وعلى صعيد فقرات هذا المجال، فقد حصلت الفقرتين السابعة والتاسعة على اتجاهات قوية، حيث حصلت الفقرة (7) "تعد صفقة القرن أحد مشاريع التصفية للقضية الفلسطينية" على وزن نسبي بلغ 81.6% عند انحراف معياري بلغ 1.16، وحصلت الفقرة (9) "اعتبار صفقة القرن أحد أشكال الانحياز الدولي اتجاه "إسرائيل"" على وزن نسبي بلغ 80.8% عند انحراف معياري بلغ 1.09.

وعلى مستوى آخر حصلت باقي الفقرات على اتجاهات إيجابية، حيث حصلت الفقرة (1) "التوجه السياسي للقائمين عليها وسياستها التحريرية" على وزن نسبي بلغ 78.7% عند انحراف معياري بلغ 1.10.

وحصلت الفقرة (6) "خطورة صفقة القرن على القضية الفلسطينية" على وزن نسبي بلغ 77.7% عند انحراف معياري بلغ 1.18، وحصلت الفقرة (8) "اعتبار صفقة القرن حل الأمر الواقع المبني على ميزان القوى العالمية" على وزن نسبي بلغ 76.8% عند انحراف معياري بلغ 1.20، وحصلت الفقرة (5) "الظروف الإقليمية والدولية المساندة "لإسرائيل"" على وزن نسبي بلغ 75.2% عند انحراف معياري بلغ 1.08، وحصلت الفقرة (2) "موقف الوسيلة الإعلامية من صفقة القرن" على وزن نسبي بلغ 74.3% عند انحراف معياري بلغ 1.13، وحصلت الفقرة (3) "اهتمام الوسيلة بالقضايا السياسية الأخرى" على وزن نسبي بلغ 73.6% عند انحراف معياري بلغ 1.00، وحصلت الفقرة (4) "الانقسام والوضع السياسي القائم" على وزن نسبي بلغ 72.9% عند انحراف معياري بلغ 1.14. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عمير (2012م)⁽¹⁾، حيث إنها توصلت إلى عدم وجود برنامج سياسي موحد تتفق عليه فصائل العمل الفلسطيني هو الأساس في عدم وجود وحدة وطنية فلسطينية على أرض الواقع.

وتتفق هذه النتائج مع ما ذهب إليه أبومدللة من أن العوامل المؤثرة على وسائل الإعلام تتمثل في تبني خطوات عملية وصياغة الخطاب الفلسطيني بشكل موحد، وتنفيذ استراتيجية وطنية

(1) عمير، النخب السياسية الفلسطينية وأثرها على الوحدة الوطنية: نخبة المجلس التشريعي الفلسطيني الثاني نموذجاً.

بشقين، الأول: تصعيد العصيان والانتفاضة، والثاني: وجود استراتيجية سياسية تقوم بخطوات عملية وخطاب موحد وبرنامج سياسي تستند عليه (1).

وتشير النتائج السابقة إلى أنّ المبحوثين يرون بالدرجة الأولى أنّ صفقة القرن تعد أحد مشاريع التصفية.

ويرى الباحث أن حلول "صفقة القرن أحد مشاريع التصفية للقضية الفلسطينية" أولاً كأبرز العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن، دليل على اتفاق الجميع الفلسطيني باختلاف توجهاته السياسية على تجريم صفقة القرن، وأنها أحد أشكال الانحياز الدولي تجاه إسرائيل، والذي حل ثانياً.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة جرار (2019) (2)، حيث أظهرت الدراسة أن صفقة القرن مشروع صهيوني أمريكي لتصفية القضية الفلسطينية، وهو غير منقطع عن محاولا تصفيته، منذ قرن من الزمن أو أكثر.

13. تقييم النخبة لمعالجة الإعلام الفلسطيني لقضية صفقة القرن.

جدول (3.13) يوضح تقييم النخبة لمعالجة الإعلام

الفلسطيني لقضية صفقة القرن

التقييم	ك	%
عالية جداً	13	8.7
عالية	66	44.0
متوسطة	66	44.0
منخفضة	4	2.7
منخفضة جداً	1	0.7
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول (3.13) أن تقييم النخبة لمعالجة الإعلام الفلسطيني لقضية صفقة القرن كان عالياً بالتساوي مع متوسط في المقام الأول بنسبة 44.0% لكل منهما، بينما في المرتبة الثانية جاء التقييم عالياً جداً بنسبة 8.7%، تلاه منخفض ثالثاً بنسبة 2.7%، وأخيراً منخفض جداً بنسبة 0.7%.

(1) سمير أبو مدللة، قابله: عصام الأغا (12 مارس 2020م).

(2) جرار، الاستراتيجية الفلسطينية في صد صفقة القرن ومواجهتها.

وتشير هذه النتيجة إلى أنّ النخبة الفلسطينية ترى أن معالجة الإعلام الفلسطيني كانت ذات تقييم مرتفع لكن لا يرقى لمستوى الحدث، حيث جاء مجموع درجتي عالية جداً وعالية 52.7%، وحصلت درجة متوسطة على 44%، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في الجدول (3.7) والذي جاء فيه أن النخبة الفلسطينية رأت أن الإعلام الفلسطيني قام بدورٍ متوسط تجاه صفقة القرن.

ويدعم هذه النتيجة ما جاء في دراسة الشقاقي (2015م)⁽¹⁾، حيث اتفق صحفيي القدس العربي والرسالة في أطروحتي تمسك حركة حماس بحقوق الأسرى وتراجع السلطة أمام حقوقهم، غير أن القدس العربي جاءت أطروحتها على نحو عام وليس بالحصص على حماس. ويرى الباحث في هذه الجزئية أن قضية صفقة القرن قضية وطنية بامتياز كقضية الأسرى، وبعيدة كل البعد عن الخلافات، فيجمع عليها الكل الفلسطيني باختلاف ألوانه وتوجهاته السياسية.

إلا أن النتيجة تدل على أن الإعلام الفلسطيني من وجهة نظر النخبة لم يرق بالمعالجة المطلوبة لقضية صفقة، بالإشارة إلى أهمية وضخامة الحدث وما يتوقع أن ينتج عنه من تأثيرات جدية على القضية الفلسطينية، هذه الأهمية تستلزم من الإعلام الفلسطيني التعاطي بشكل أكبر مع قضية صفقة القرن من حيث معالجة الأحداث بمزيد من التغطية والتفسير والتحليل.

وهو ما تؤكدته دراسة أبو عرقوب (2018)⁽²⁾، حيث اعتمدت الإدارة الأمريكية في نقل صورة الصفقة على مبدأ التدفق الإعلامي، الذي عززته القوة الأمريكية، لكونها المصدر الإعلامي والإخباري الأول للصفقة، ويرى الباحث أن دراسة أبو عرقوب، تشير أن الإعلام الفلسطيني كان ذا دورٍ ضعيف، حيث أن الكلمة العليا والأخيرة للإعلام الأمريكي، لكونه مصدرًا إعلاميًا وحيدًا لخطاب الصفقة وإعلامها.

ويمكن إرجاع التقييم المتوسط لمعالجة الإعلام الفلسطيني لقضية صفقة القرن إلى مقارنة النخبة الفلسطينية بين المعالجة الفلسطينية الإعلامية لموضوعات صفقة القرن ومعالجة وسائل الإعلام العربية والدولية والإسرائيلية لنفس القضية.

14. رأي النخبة في فعالية الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن.

(1) الشقاقي، الخطاب الصحفي الفلسطيني والعربي تجاه قضية الأسرى: دراسة تطبيقية.

(2) أبو عرقوب، صفقة القرن من منظور الإعلام وهندسة الجمهور تحليل نقدي للخطاب الرسمي الأمريكي.

يتبين من الجدول (3.14) أن فعالية الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن من وجهة نظر النخبة الفلسطينية جاء متوسطاً في المقام الأول بنسبة 52.0%، ثم عالياً في المرتبة الثانية بنسبة 33.3%، تلاه التقييم المنخفض ثالثاً بنسبة 8.7%، فيما جاء عالياً جداً في المرتبة الرابعة بنسبة 5.3%، وأخيراً منخفضاً جداً بنسبة 0.7%.

جدول (3.14) يوضح رأي النخبة في فعالية الخطاب
الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن

رأي النخبة	ك	%
عالية جداً	8	5.3
عالية	50	33.3
متوسطة	78	52.0
منخفضة	13	8.7
منخفضة جداً	1	0.7
المجموع	140	100.0

وتختلف هذه الدراسة مع دراسة أبو داير (2016)⁽¹⁾، حيث أكد 36.9% من أفراد العينة على أن مستوى أداء الخطاب الإعلامي لفصائل اليسار الفلسطيني في القضايا السياسية متوسط، و22.7% يرون أن قضية اللاجئين من أهم القضايا السياسية الفلسطينية التي يكون لفصائل اليسار الفلسطينية دور بارز في خطابها. وتأتي هذه النتيجة في سياق النتائج السابقة التي رأت أنّ دور الإعلام الفلسطيني في معالجة قضية صفقة القرن كان متوسطاً وغير متناسب مع أهمية الحدث وتبعاته، حيث ترى النخبة الفلسطينية أنّ الخطاب الإعلامي الفلسطيني المتعلق بصفقة القرن كان متوسطاً، من حيث التحليلات والتفسيرات والدلالات.

15. مدى ثقة النخبة بالخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن.

(1) أبو داير، أثر الخطاب الإعلامي لفصائل اليسار الفلسطيني على التنمية السياسية لدى طلبة جامعات قطاع غزة.

جدول (3.15) يوضح مدى ثقة النخبة بالخطاب الإعلامي

الفلسطيني الخاص بصفقة القرن

مدى الثقة	ك	%
عالية جداً	11	7.3
عالية	48	32.0
متوسطة	59	39.3
منخفضة	28	18.7
منخفضة جداً	4	2.7
المجموع	150	100.0

يتبين من الجدول (3.15) أن ثقة النخبة الفلسطينية بالخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن جاءت متوسطة في المقام الأول بنسبة 39.3%، فيما جاءت عالية في المرتبة الثانية بنسبة 32.0%، تبعتها منخفضة ثالثاً بنسبة 18.7%، ثم جاءت عالية جداً في المرتبة الرابعة بنسبة 7.3%، وأخيراً جاءت منخفضة جداً بنسبة 2.7%.

هذا يدل على أن الثقة متوسطة بالخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن، ويجب على الإعلام الفلسطيني تعزيز الثقة، وتقنيد الصفقة بما يولد رأياً عاماً محلياً وعربياً وعالمياً معارضاً للصفقة.

وتختلف مع دراسة محسن (2015م)⁽¹⁾ حيث أكد المحررون (النخب الإعلامية) أن خطاب الصحف الفلسطينية نحو قضية الأسرى مقصر ويغفل موضوعات مهمة ولا يتعمق بالقضية بنسبة 47.1%.

ويرى الباحث أن ثقة النخبة الفلسطينية بالخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن جاءت متوسطة في المرتبة الأولى، وذلك لعدم ثبات الخطاب الفلسطيني وافتقاره للوحدوية، وانقسامه بين الفصائل الفلسطينية، كما أن النتائج على الأرض تضع النخبة في ما آل إليه الخطاب الفلسطيني.

(1) محسن، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي: دراسة وصفية.

ثانياً: سمات ومرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن والدور المطلوب:

1. سمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن.

جدول (3.16) يوضح سمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن

الترتيب	الوزن النسبي %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض جدا		معارض		محايد		مؤيد		مؤيد جدا		الفقرة	م
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
2	75.6	1.12	3.78	5.3	8	8.0	12	20.0	30	36.7	55	30.0	45	إنساني عاطفي	1
4	71.2	1.02	3.56	4.0	6	11.3	17	25.3	38	43.3	65	16.0	24	عقلاني منطقي	2
3	73.6	1.18	3.68	5.3	8	12.7	19	20.0	30	32.7	49	29.3	44	حزبي	3
1	76.0	1.04	3.80	2.7	4	9.3	14	22.0	33	37.3	56	28.7	43	لا يفرق بين الخطاب الداخلي والخارجي	4
11	62.4	1.08	3.12	6.7	10	22.7	34	32.7	49	28.0	42	10.0	15	منظم منسجم ذاتياً	5
7	68.0	1.13	3.40	4.0	6	20.0	30	27.3	41	29.3	44	19.3	29	عشوائي "بدون تخطيط"	6
10	62.7	1.14	3.13	6.0	9	26.7	40	30.0	45	22.7	34	14.7	22	متناقض مع نفسه	7
5	69.2	1.01	3.46	4.0	6	13.3	20	28.0	42	42.0	63	12.7	19	رسمي	8
8	67.7	1.10	3.39	3.3	5	22.7	34	22.0	33	36.0	54	16.0	24	إقناعي	9
5	69.2	0.99	3.46	1.3	2	16.7	25	32.0	48	34.7	52	15.3	23	تفاعلي	10
9	62.9	1.10	3.15	6.7	10	22.7	34	31.3	47	28.0	42	11.3	17	متزدد	11
	69.0	0.57	3.45	الدرجة الكلية											

من خلال النتائج الموضحة في الجدول (3.16) تم التعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة حول سمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن، فقد تم إيجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، حيث تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.45، والانحراف المعياري يساوي 0.57، والوزن النسبي يساوي 69%، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة للمحور، قد زاد عن درجة الحياد وهي 3، وهذا يدل على أن تأييد أفراد عينة الدراسة لسمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن جاء بدرجة كبيرة. أما بالنسبة لفقرات المحور فقد تراوحت بمتوسطات حسابية بين (3.12 - 3.80)، وقد احتلت الفقرة الرابعة الترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية، بينما احتلت الفقرة الخامسة الترتيب الأخير من حيث الأهمية النسبية.

ومن حيث الفقرات فقد جاءت سمة "لا يفرق بين الخطاب الداخلي والخارجي" بوزن نسبي 76%، تلتها "إنساني عاطفي" بوزن نسبي 75.6%، وحلت ثالثاً "حزبي" بوزن نسبي 73.6%، ثم "عقلاني منطقي" بنسبة 71.2% في المرتبة الرابعة، وخامساً كل من "رسمي" و"تفاعلي" بوزن نسبي 69.2%، ثم "عشوائي بدون تخطيط" بوزن نسبي 68.0%، ثم "إقناعي" بوزن نسبي 67.7%، ثم "متردد" بنسبة 62.9%، ثم "متناقض مع نفسه" بوزن نسبي 26.7% وأخيراً "منظم مسجماً ذاتياً بنسبة 62.4%.

ويرى القططي أن الخطاب الإعلامي نحو الصفقة عشوائي ولا يوجد تخطيط في التغطية الإعلامية، إلى جانب غياب خطة إعلامية استراتيجية فلسطينية موحدة، وتبعثر الجهود الإعلامية على اختلاف منطلقاتها السياسية، وأنه ذو طابع هجومي غير علمي في معظمها⁽¹⁾.

فيما يؤكد الكاتب الصواف على أهمية الصدق والموضوعية في التعبير عن الموقف الفلسطيني والوضوح من قبل الفصائل الفلسطينية والشعب الفلسطيني، إلا موقف السلطة الذي شابه بعض التردد وعدم الوضوح، ولازال الخطاب الإعلامي متواصل، برغم انشغال الخطاب الإعلامي بجائحة كورونا إلا أنه مازال مستمراً بالتعبير عن رفضه لصفقة القرن ولكن بدرجة أقل عما سبق⁽²⁾.

ويرى الباحث أن سمة الخطاب الفلسطيني بعدم تفرقة بين الخطاب الداخلي والخارجي، لعدم تمرس الناطقين الإعلاميين الفلسطينيين، وضعف الكوادر الناطقة باسم فلسطين نحو الغرب، وعدم إجادة الكثير منهم للغات متعددة، وتقديم الخطابات الإنسانية على الإقناعية بست مراتب،

(1) وليد القططي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

(2) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

دليل على ضعف ثقافة المتحدثين، فيما حل الحزبي ثالثاً وهي دلالة على التفرقة والوهن والضعف في الخطاب الفلسطيني، وعدم إيجاد خطاب وحدودي في مواجهة صفقة القرن. واختلفت هذه الدراسة مع دراسة عبد العاطي (2019)⁽¹⁾، حيث حازت الأساليب المنطقية على المركز الأول بنسبة 73.6%، في الاتجاه العام لفئة الأساليب المتبعة، وفي إطارها تقدمت الأدلة والشواهد بنسبة 35.1%، تلتها الإحصائيات بنسبة 26.7%، وأخيراً عرض وجهات نظر متعددة بنسبة 11.7%، بالاختلاف مع الدراسة الحالية التي تفوق فيها الخطاب العاطفي على الإقناعي. كما اختلفت مع دراسة العجلة (2015م)⁽²⁾، التي أكدت توقف الحقائق على الأساليب العاطفية، حيث جاءت مسارات برهنة "حقائق ووقائع" أولاً بنسبة 42.4%، وتلتها كلاً من أقوال مسؤولين وعرض وجهة نظر واحدة بواقع 14.1% لكل منهما.

2. مرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن.

جدول (3.17) يوضح مرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن

الرتبة	الإجابة
1	التأكيد على العمق التاريخي والسياسي حول الحق الفلسطيني في الأرض.
2	الإجماع الفلسطيني على رفض الصفقة.
3	إبراز البعد القانوني والدولي وما يتعلق بقرارات الامم المتحدة.
4	تحميل المجتمع الدولي مسؤولية الصمت والموافقة على إتمام صفقة القرن.
5	توجيه رسائل إلى للولايات المتحدة الأمريكية التي تدعم وتساند الاحتلال الإسرائيلي.
6	رفع الروح المعنوية للجمهور الفلسطيني.
7	تحميل الأنظمة العربية مسؤولية اتمام صفقة القرن والموافقة على بنودها.
8	دحض الشائعات وفضح أبعاد الحرب النفسية والإعلامية التي يشنها الاحتلال الاسرائيلي .
9	استخدام اساليب المنطق والاستدلال والاستنتاج (خطاب منطقي).
10	كسب ود الدول العربية والدولية.
11	يراعي الخلافات الثقافية السياسية للمتلقى.
12	صياغة الخطاب للغات مختلفة.
13	خطاب قصدي متعمد، موجه لجمهور بعينه في دولة بعينها.
14	مراعاة الاختلافات اللغوية ودلالات المصطلحات بين جماهير المتلقين المختلفة.
15	عدم التهويل والمبالغة في نشر اخبار صفقة القرن.
16	أخرى

(1) عبد العاطي، معالجة الصحف الفلسطينية لقضية نقل السفارة الأمريكية للقدس وتداعياتها.

(2) العجلة، محمد. الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان الإسرائيلي في الضفة الغربية: دراسة تحليلية مقارنة.

يتبين من الجدول (3.17) أن التأكيد على العمق التاريخي والسياسي حول الحق الفلسطيني في الأرض جاء في المرتبة الأولى من مرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن، تلاه الإجماع الفلسطيني على رفض الصفقة في المرتبة الثانية، ثم إبراز البعد القانوني والدولي وما يتعلق بقرارات الأمم المتحدة، ثم تحميل المجتمع الدولي مسؤولية الصمت والموافقة على إتمام صفقة القرن، تلاه توجيه رسائل إلى الولايات المتحدة الأمريكية التي تدعم وتساند الاحتلال الإسرائيلي، ثم رفع الروح المعنوية للجمهور الفلسطيني، ثم تحميل الأنظمة العربية مسؤولية إتمام صفقة القرن والموافقة على بنودها، تلاه دحض الشائعات وفضح أبعاد الحرب النفسية والإعلامية التي يشنها الاحتلال الإسرائيلي، ثم استخدام أساليب المنطق والاستدلال والاستنتاج، تلاه كسب ود الدول العربية والدولية، ثم مراعاة الخلافات الثقافية السياسية للمتلقي، تلاها صياغة الخطاب للغات مختلفة، ثم خطاب قصدي متعمد، موجه لجمهور بعينه في دولة بعينها، ثم مراعاة الاختلافات اللغوية ودلالات المصطلحات بين جماهير المتلقين المختلفة، تلاها عدم التهويل والمبالغة في نشر أخبار صفقة القرن، ثم مرتكزات أخرى.

واتفقت هذه الدراسة مع دراسة البطش (2016م)⁽¹⁾، حيث أيدت غالبية عينة الدراسة أن البعد الأخلاقي والقانوني أحد أهم مرتكزات الخطاب الإعلامي نحو حصار غزة. واختلفت هذه الدراسة مع دراسة عبد العاطي (2019)⁽²⁾، حيث جاء الشجب والاستنكار في المركز الأول من ردود الفعل بنسبة 35.1%، في الاتجاه العام لصحيفتي الدراسة، والذي برأى الباحث يدل على ضعف الخطاب الإعلامي تجاه قضية صفقة القرن.

ويرى الباحث أنه وبرغم تشتت المطالب الفلسطينية واختلاف البرامج والأيدولوجيات، بين دولة فلسطينية على كامل فلسطين التاريخية، ودولة على حدود 67، وعدم وجود استراتيجية وطنية موحدة ضد صفقة القرن، إلا أنّ النخبة اتفقت على أن الخطاب الفلسطيني نحو الصفقة ارتكز أولاً على التأكيد على العمق التاريخي والسياسي حول الحق الفلسطيني في الأرض، كما أن الإجماع الفلسطيني على رفض الصفقة، جاء ببياناتٍ خجولةٍ متفرقة، وعلى الرغم من النخبة رأت أن الخطاي ارتكز على إبراز البعد القانوني والدولي وما يتعلق بقرارات الأمم المتحدة، إلا أننا لم نر استنكاراً دولياً وتحركاً تضامنياً مع الشعب الفلسطيني على المستوى الدولي.

(1) البطش، تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة: دراسة ميدانية.

(2) عبد العاطي، معالجة الصحف الفلسطينية لقضية نقل السفارة الأمريكية للقدس وتداعياتها.

ثالثاً: اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة القرن

جدول (3.18) يوضح اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة القرن

الترتيب	الوزن النسبي %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	صغير جدا		صغير		متوسط		كبير		كبير جدا		الفقرة	م
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
1	88.7	0.72	4.43	0.0	0	0.7	1	11.3	17	32.0	48	56.0	84	يحرص الجمهور على رفض صفقة القرن	1
3	79.5	0.87	3.97	0.7	1	3.3	5	24.7	37	40.7	61	30.7	46	يكشف المواقف والتوجهات العربية والدولية من صفقة القرن	2
2	83.1	0.87	4.15	0.7	1	3.3	5	17.3	26	37.3	56	41.3	62	يبين الموقف الفلسطيني الرسمي من صفقة القرن	3
5	77.5	0.81	3.87	0.0	0	4.0	6	27.3	41	46.0	69	22.7	34	يساعد في الكشف عن بنود الصفقة وآليات تطبيقها	4
4	78.4	1.01	3.92	1.3	2	8.7	13	21.3	32	34.0	51	34.7	52	يؤجج المشاعر للخروج بمسيرات رافضة لصفقة القرن	5
6	74.9	1.02	3.75	2.0	3	8.7	13	29.3	44	32.7	49	27.3	41	يعرف الجمهور بأثار وتبعات صفقة القرن	6
8	68.3	1.07	3.41	4.0	6	17.3	26	27.3	41	36.0	54	15.3	23	يساعد في الحصول على دعم دولي وعربي لمواجهة صفقة القرن	7
10	60.8	1.20	3.04	8.0	12	29.3	44	29.3	44	17.3	26	16.0	24	يدفع الجمهور إلى اليأس من وقف تمديد وتنفيذ صفقة القرن	8
11	60.1	1.26	3.01	15.3	23	19.3	29	28.0	42	24.0	36	13.3	20	يعمل على تهدئة الرأي العام المحلي	9

الترتيب	الوزن النسبي %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	صغير جدا		صغير		متوسط		كبير		كبير جدا		الفقرة	م	
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
9	62.4	1.26	3.12	12.0	18	20.0	30	30.0	45	20.0	30	18.0	27	يقدم وعود زائفة حول القضاء على صفقة القرن ووقف تنفيذها	10	
7	71.7	1.18	3.59	6.7	10	11.3	17	24.0	36	32.7	49	25.3	38	يكشف مواقف الأحزاب المختلفة من صفقة القرن	11	
	73.2	0.57	3.66	الدرجة الكلية												

من خلال النتائج الموضحة في الجدول (3.18) تم التعرف على استجابات أفراد العينة حول اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة القرن، فقد تم إيجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، حيث تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.66، والانحراف المعياري يساوي 0.57، والوزن النسبي يساوي 73.2%، وهذا يدل على أن اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة القرن جاءت كبيرة.

أما فقرات المحور جاءت بمتوسطات حسابية بين (3.01 - 4.43)، وجاءت الفقرة الأولى أولاً من حيث الأهمية النسبية، بينما احتلت الفقرة التاسعة الترتيب الأخير.

وعلى صعيد الفقرات، حصل اتجاه "يحرص الجمهور على رفض صفقة القرن على نسبة 88.7% في المرتبة الأولى، وحل ثانياً "يبين الموقف الفلسطيني الرسمي من صفقة القرن" بنسبة 83.1%، وجاء ثالثاً "يكشف المواقف والتوجهات العربية والدولية من صفقة القرن بوزن نسبي 79.5%، وجاء رابعاً "يؤجج المشاعر للخروج بمسيرات رافضة لصفقة القرن" بوزن نسبي 78.4%، تلاه "يعرف الجمهور بآثار وتبعات صفقة القرن" بوزن نسبي 74.9%، وأخيراً "يدفع الجمهور إلى اليأس من وقف" بوزن نسبي 60.8%.

ويرى الدكتور أحمد يوسف أن الكل الفلسطيني رافض لهذه الصفقة لأن فيها ظلم كبير يحاول الطرف القوي أن يفرضها على الطرف الضعيف دون مراعاة للحقوق الإنسانية، ضاربين بعرض الحائط التفاهات الدولية لمجلس الأمن، فذلك يعزز الرفض حتى لو قامت الإدارة الأمريكية بتمريرها بالقوة في الضفة أو غزة، وقيامها بوقف المساعدات والدعم بكافة أشكالها وأساليب الضغط السياسي، سيبقى رد الفعل الفلسطيني قوي في إطاره النخبوي الفلسطيني⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن الإعلام الفلسطيني، فشل في تأجيج المشاعر بالخروج بمسيرات رافضة لصفقة القرن، محلياً على مستوى الضفة وأراضي 1948م والشتات، والدول العربية والعالم، وهو ما رأيناه جلياً في انعدام التضامن، سوى مشاركات خجولة هنا أو هناك، وهذا ما يفسر ظهورها في مرتبة متأخرة، كما أنه فشل في حشد التضامن الدولي والعربي لمجابهة الصفقة في المحافل الدولية من مجلس الأمن ومحكمة لاهاي، ورؤية الباحث تتفق مع ما توصلت إليه دراسة محسن (2015م)⁽²⁾، حيث أكد المحررون أن خطاب الصحف الفلسطينية نحو قضية الأسرى مقصر ويغفل موضوعات مهمة ولا يتعمق بالقضية بنسبة 47.1%.

(1) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

(2) محسن، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي: دراسة وصفية.

رابعاً: معوقات الخطاب الاعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن.

1. أبرز المعوقات الداخلية المؤثرة في الخطاب الاعلامي الفلسطيني:

جدول (3.19) يوضح أبرز المعوقات الداخلية المؤثرة في الخطاب الاعلامي الفلسطيني

الترتيب	الوزن النسبة %	المتوسط الحساب	الانحراف المعيار	معارض		محايد		مؤيد		مؤيد بشدة		الفقرة		
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
1	92.0	4.60	0.68	0.7	1	1.3	2	2.7	4	28.0	42	67.3	101	الانقسام الفلسطيني وتداعياته
4	81.1	4.05	0.95	0.7	1	7.3	11	16.7	25	36.7	55	38.7	58	ضعف امكانيات وسائل الاعلام الفلسطينية
2	84.7	4.23	0.83	0.0	0	4.0	6	13.3	20	38.0	57	44.7	67	عدم وجود استراتيجية اعلامية موحدة لوسائل الاعلام الفلسطينية
7	80.3	4.01	0.82	0.0	0	4.0	6	20.7	31	45.3	68	30.0	45	طغيان المصطلحات والمفاهيم الحزبية على الخطاب
5	80.5	4.03	0.89	0.0	0	6.7	10	18.0	27	41.3	62	34.0	51	غياب التنسيق والتخطيط على مستوى الوسيلة الواحدة والوسائل الاخرى
11	76.1	3.81	0.97	0.7	1	10.0	15	24.7	37	37.3	56	27.3	41	تعدد الناطقين الإعلاميين للأحزاب
12	75.2	3.76	1.07	2.0	3	14.0	21	18.0	27	38.0	57	28.0	42	عدم اعتماد الخطاب الاعلامي الفلسطيني على القوانين الدولية ومبادئ حقوق الانسان.
8	78.4	3.92	0.99	2.7	4	6.7	10	17.3	26	42.7	64	30.7	46	الخلط بين الخطاب المحلي والخطاب الدولي الخارجي
3	82.0	4.10	0.96	1.3	2	6.0	9	15.3	23	36.0	54	41.3	62	عدم ترجمة الخطاب الإعلامي الفلسطيني إلى اللغات الأخرى
9	77.6	3.88	1.05	2.0	3	10.0	15	20.0	30	34.0	51	34.0	51	وجود أكثر من خطاب رسمي فلسطيني ناخبط به العالم
14	74.3	3.71	1.13	4.0	6	13.3	20	17.3	26	38.0	57	27.3	41	عدم وجود موقف فلسطيني موحد من الصفقة
12	75.2	3.76	1.02	3.3	5	9.3	14	18.7	28	45.3	68	23.3	35	عدم توظيف الموضوعات السياسية الوطنية بشكل جيد
16	72.3	3.61	1.11	4.7	7	13.3	20	20.0	30	40.0	60	22.0	33	اتسام الخطاب الفلسطيني بالسطحية والهامشية
14	74.1	3.71	1.19	4.0	6	18.0	27	11.3	17	36.7	55	30.0	45	عدم المتابعة المستمرة لقضية صفقة القرن
10	76.9	3.85	1.09	3.3	5	9.3	14	20.0	30	34.0	51	33.3	50	الظروف المعيشية والحصار
5	80.7	4.03	0.96	2.7	4	4.7	7	14.0	21	44.0	66	34.7	52	موسمية الخطاب وعدم الاستمرارية
	78.8	3.94	0.52											الدرجة الكلية

من خلال النتائج الموضحة في الجدول (3.19) تم التعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة حول أبرز المعوقات الداخلية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني، فقد تم إيجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، حيث تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.94، والانحراف المعياري يساوي 0.52، والوزن النسبي يساوي 78.8%، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة للمحور، قد زاد عن درجة الحياد وهي 3، وهذا يدل على أن المعوقات الداخلية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني بدرجة كبيرة.

أما بالنسبة لفقرات المحور فقد تراوحت بمتوسطات حسابية بين (3.61 - 4.60)، وقد احتلت الفقرة الأولى الترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية، بينما احتلت الفقرة الثالثة عشر الترتيب الأخير من حيث الأهمية النسبية.

أما على صعيد الفقرات، فقد حل "الخلط بين الخطاب المحلي والخطاب الدولي" في المرتبة الأولى بوزن نسبي 78.4%، تلتها "عدم وجود استراتيجية إعلامية موحدة لوسائل الإعلام الفلسطينية" في المرتبة الثانية بوزن نسبي 84.7%، ثم في المرتبة الثالثة "عدم وجود موقف فلسطيني موحد من الصفقة بوزن نسبي 82.0%، وحلت رابعاً "ضعف إمكانيات وسائل الإعلام الفلسطينية" بوزن نسبي 81.1%، ثم "موسمية الخطاب وعدم الاستمرارية" خامساً بوزن نسبي 80.7%، ثم سادساً "غياب التنسيق والتخطيط على مستوى الوسيلة الواحدة والوسائل الأخرى" بوزن نسبي 80.5%، وتراوحت بقية الفقرات بين وزن نسبي 72.3% - 78.4%.

وتتفق هذه الدراسة مع رؤية (بشارات ونعيرات) أن أبرز المعوقات هو غياب برنامج سياسي فلسطيني موحد: ازدواجية البرنامج السياسي المتبني لخيار المقاومة وبرنامج عملية السلام والذهاب إلى القضايا البنيوية في النظام السياسي الفلسطيني، ما أدى فشل الإجماع على برنامج موحد يجمع الفصائل وجميع الجهات الوطنية⁽¹⁾.

واتفقت مع دراسة البطش (2016م)⁽²⁾ في أن غالبية أفراد العينة مؤيدين وبشدة إلى أن الانقسام الفلسطيني أحد أهم المعوقات الداخلية المؤثرة على الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة، بالإضافة إلى وجود قضايا عربية ساخنة حلت محل القضية الفلسطينية كأحد أهم المعوقات الخارجية.

(1) بشارات ونعيرات، إشكاليات الإصلاح وآليات تفعيل (ص 48).

(2) البطش، تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة: دراسة ميدانية.

كما تتفق مع ما ذهب إليه القططي من أن أبرز المعوقات للخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن هو الانقسام الفلسطيني، وغياب المشروع الوطني الموحد، وعدم وجود استراتيجية إعلامية واحدة، بالإضافة إلى الفوضى السياسية والإعلامية الفلسطينية⁽¹⁾.

واتفقت أيضاً مع دراسة السطري (2016)⁽²⁾، في أن برامج القيادة الفلسطينية غير ملائمة للبيئة السياسية وموازن القوى، وهو أحد أبرز المعوقات الداخلية لمواجهة صفقة القرن.

كما اتفقت مع دراسة أبو مزيد (2014م)⁽³⁾، حيث خلصت إلى اتفاق القائمين بالاتصال على أن التوجه الأيديولوجي للكاتب يعد من العوامل المؤثرة في تشكيل مواقفه نحو قضية المصالحة الفلسطينية، وأن للسياسة التحريرية للمؤسسة الصحفية تأثيراً كبيراً جداً على العاملين فيها. وهو ما يوافق غياب الاستراتيجية الموحدة للخطاب الإعلامي الفلسطيني.

وتتفق مع رأي الدكتور أحمد يوسف، أن ضعف الإعلام الفلسطيني سببه الانقسام، ويبقى قاصراً لخدمة سياسات التنظيم، كما لا يوجد وحدة موقف أو قرار أو استراتيجية كي تصل رسالته بشكل قوي، فوكالة وفا مثلاً تخدم السلطة، وفي غزة بعض الوكالات تخدم حركة حماس مقارنةً بماكينه الإعلام الصهيوني الذي يملك قدرة فائقة للتأثير في الإعلام الغربي وتشكيل صورة ذهنية لتحقيق مصالحهم الاستراتيجية بغض النظر عن نزاهتها⁽⁴⁾.

ويرى الباحث أن أبرز المعوقات الداخلية التي أثرت سلباً على قضية صفقة القرن، هو الانقسام الفلسطيني الذي أضعف القضايا الفلسطينية، وجعلها أقرب للهشة، ونهشت جهوداً كبيرةً وُجّهت إلى قضايا داخلية مثل التناحر على السلطة، والمناكفات السياسية التي امتلأ بها الخطاب الفلسطيني عبر الفضائيات المحلية والعربية، مما جعل النظرة العربية والإسلامية والدولية، أقل تعاطفاً وتضامناً مع القضية الفلسطينية بشكل عام، وصفقة القرن على نحو خاص، إضافة إلى التحدث بلغة رفض الصفقة الحزبية وعدم وجود خطاب فلسطيني موحد ضد الصفقة.

(1) وليد القططي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

(2) السطري، مشاريع التسوية السياسية الرسمية للصراع العربي الإسرائيلي في مجلة شؤون فلسطينية (1971-1993).

(3) أبو مزيد، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة: دراسة وصفية.

(4) أحمد يوسف، قابله: عصام الأغا (28 أبريل 2020م).

2. أبرز المعوقات الخارجية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني

جدول (3.20) يوضح أبرز المعوقات الخارجية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني

الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معارض بشدة		معارض		محايد		مؤيد		مؤيد بشدة		الفقرة	م
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
2	85.9	4.29	0.92	1.3	2	4.0	6	11.3	17	30.7	46	52.7	79	هيمنة الخطاب الإعلامي الأمريكي والإسرائيلي وقوته	1
8	82.0	4.10	0.83	.7	1	2.0	3	19.3	29	42.7	64	35.3	53	هيمنة المصطلحات السياسية والإعلامية الأمريكية والإسرائيلية على الخطاب الإعلامي العالمي	2
10	80.5	4.03	0.87	.7	1	6.7	10	12.7	19	49.3	74	30.7	46	وجود قضايا دولية ساخنة حلت محل القضية الفلسطينية وأثرت سلباً على تناول الإعلام لها	3
11	79.2	3.96	0.98	1.3	2	7.3	11	19.3	29	38.0	57	34.0	51	وجود قضايا عربية ساخنة حلت محل القضية الفلسطينية وأثرت سلباً على تناول الإعلام لها.	4
1	87.5	4.37	0.80	0.0	0	4.7	7	6.0	9	36.7	55	52.7	79	عدم وجود موقف عربي موحد من صفقة القرن	5
5	82.9	4.15	0.84	.7	1	3.3	5	14.7	22	43.3	65	38.0	57	تحيز بعض وسائل الإعلام الأجنبية تجاه قضية صفقة القرن	6
7	82.5	4.13	0.86	0.0	0	6.0	9	13.3	20	42.7	64	38.0	57	عدم اهتمام الإعلام العربي بتغطية صفقة القرن	7
9	81.2	4.06	0.85	.7	1	3.3	5	18.7	28	44.0	66	33.3	50	عدم وجود فهم لمتطلبات المستقبل الأجنبي	8
4	83.3	4.17	0.82	0.0	0	5.3	8	10.7	16	46.0	69	38.0	57	عدم رصد ومتابعة الرواية الأمريكية والإسرائيلية العالمية والتصدي لها وتنفيذها وبيان زيفها للعالم	9
5	83.1	4.15	0.88	2.0	3	2.7	4	12.0	18	44.7	67	38.7	58	تغييب مبادئ القانون الدولي ومواد حقوق الإنسان عند نقل أخبار الحقوق الفلسطينية وخاصة القدس وصفقة القرن	10
3	84.7	4.23	0.75	0.0	0	2.7	4	11.3	17	46.0	69	40.0	60	عدم صياغة الخطاب للغات مختلفة	11
	83.0	4.15	0.50	الدرجة الكلية											

من خلال النتائج الموضحة في الجدول (3.20) تم التعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة حول أبرز المعوقات الخارجية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني، حيث تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 4.15، والانحراف المعياري يساوي 0.50، والوزن النسبي يساوي 83%، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة للمحور، قد زاد عن درجة الحياد وهي 3، وهذا يدل على أن المعوقات الخارجية المؤثرة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني بدرجة كبيرة.

أما بالنسبة لفقرات المحور فقد تراوحت بمتوسطات حسابية بين (3.96 – 4.37)، وقد احتلت الفقرة الخامسة الترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية، بينما احتلت الفقرة الرابعة الترتيب الأخير من حيث الأهمية النسبية.

وعلى صعيد الفقرات، فقد حصلت المعوّقة "عدم وجود موقف عربي موحد من صفقة القرن" على وزن نسبي 87.5% في المرتبة الأولى، تلتها "هيمنة الخطاب الإعلامي الأمريكي والإسرائيلي وقوته" في المرتبة الثانية بوزن نسبي 85.9%، ثم ثالثاً "عدم صياغة الخطاب للغات مختلفة" بوزن نسبي 84.7%، ثم "عدم رصد ومتابعة الرواية الأمريكية والإسرائيلية والعالمية والتصدي لها وتقييدها وبيان زيفها للعالم، رابعاً بوزن نسبي 83.3%، ثم "تغييب مبادئ القانون الدولي ومواد حقوق الإنسان عند نقل أخبار الحقوق الفلسطينية وخاصة القدس وصفقة القرن" خامساً بوزن نسبي 83.1%، ثم "تحيز بعض وسائل الإعلام الأجنبية تجاه قضية صفقة القرن" بوزن نسبي 82.9%، ثم تراوحت بقية المعوقات بوزن نسبي بين 79.2% - 82.5%.

وتتفق هذه الدراسة إلى ما ذهب إليه (الجعبري)⁽¹⁾ من هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على دول العالم، حيث تظهر المساندة الأمريكية لإسرائيل في المحافل والمحكمة الدولية لقضية فلسطين ثابتة على حل الدولتين عبر نهج المفاوضات، مع قابلية التغيير في الأساليب، ومع فسحة تفعيل أسلوب القوة الصلبة (كنهج لدى الجمهوريين)، فوق مسار القوة الناعمة (لدى الديمقراطيين).

كما تتفق مع دراسة السطري (2016)⁽²⁾، حيث بينت أن الخلاف الفكري بين الفصائل الفلسطينية بين قبول ورفض (فكرة المرحلة)، حوّل البرنامج المرهلي إلى محاصرة فكرية، بين

(1) الجعبري، قضية فلسطين بين الثابت والمتغير في السياسة الأمريكية (موقع الكتروني).

(2) السطري، مشاريع التسوية السياسية الرسمية للصراع العربي الإسرائيلي في مجلة شؤون فلسطينية (1971-1993).

الرافضين والقابلين لها، مما ساهم في تعميق الخلافات الفلسطينية - الفلسطينية، وأضعف البرنامج المرهلي.

أما المعوقات الخارجية فقد حصرها القيادي حازم قاسم في ندرة تعاطي عدد من وسائل الإعلام العربية مع الخطاب الإعلامي الفلسطيني لأنها منحازة لجهة ما، أو بسب رفض ممولها للتعاطي مع صفقة القرن، وغياب لغة فلسطينية موحدة للغرب خاصة الضفة الغربية، مما نتج عنها انتشار مفردات وأبجديات فلسطينية مختلفة، ناهيك عن قصور أدوات السلطة الفلسطينية الدائمة لإيصال الرواية الحقيقية للغرب، كما أن الخطاب الإعلامي الفلسطيني الذي تصدره السلطة الفلسطينية لا يحظى بإجماع فلسطيني بسبب عدم نجاحه خاصة الخارجية الفلسطينية بما فيها السفارات المنتشرة في مختلف دول العالم⁽¹⁾.

ويرى الصواف أن أبرز معوق خارجي هو افتقار المعبرين عن المواقف الفلسطينية للغة الخطاب العالمي التي يمكن أن تُفهم بصورة سليمة في ظل إنجازات الجاليات الفلسطينية المحدودة⁽²⁾.

ويري الباحث أن التدخلات الفلسطينية في شؤون الدول، أضعف التضامن مع القضية الفلسطينية نوعاً ما، ولكن بصورة رئيسية نجاح سياسية رئيس وزراء الاحتلال "بنيامين نتنياهو" في التطبيع مع الدول العربية، أفقد الدول العربية فعاليتها التضامنية مع الشعب الفلسطيني وحقوقه المشروعة، إضافة إلى إشغال العالم العربي بقضاياها الداخلية من ثورات ومصائب اقتصادية وإنسانية، جعله يصب جام اهتمامه على الداخل، دون الالتفات للقضية الفلسطينية.

3. اقتراحات النخبة للنهوض بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن.

جدول (3.21) يوضح اقتراحات النخبة للنهوض بالخطاب الإعلامي

الفلسطيني تجاه صفقة القرن

الرتبة	الاجابة
1	التركيز على التغطية التفسيرية والتحليلية للصفقة.
2	تعدد لغات نشر الخطاب الفلسطيني.
3	توضيح الأطراف المسؤولة عن الصفقة وتجريمهم.
4	تخصيص مساحات اعلانية في الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية.
5	تحميل المجتمع الدولي مسؤوليته الاخلاقية عن الموافقة على تنفيذ صفقة القرن.

(1) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

(2) مصطفى الصواف، قابله: عصام الأغا (11 أبريل 2020م).

6	تعبئة الرأي العام العالمي ضد صفقة القرن.
7	استخدام وتعميم المصطلحات الفلسطينية فيما يخص الصفقة.
8	أنسنة الخطاب الفلسطيني الموجه للعالم واستغلال المآسي والمجازر التي ترتكب بحق الشعب
9	إنشاء وسائل اعلام ناطقة باللغات الحية لمخاطبة الجمهور الخارجي.
10	ترجمة بعض برامج الاعلام الفلسطيني لأكثر من لغة وخاصة اللغة الانجليزية.
11	تقديم صفقة القرن على أنه مخالفة للقوانين والأعراف الدولية.
12	تفعيل دور السفارات الفلسطينية في الخارج.
13	تغطية اخبار الصفقة ومتابعتها على رأس الساعة وباستمرار.
14	رصد ومتابعة الرواية الأمريكية والاسرائيلية والتصدي لها وتقنيدها.
15	تنسيق الخطاب الاعلامي الفصائلي نحو صفقة القرن حتى لا يبدو متناقضاً وعشوائياً.
16	التفريق بين لغة الخطاب الداخلي والخارجي.
17	وضع استراتيجية ناظمة للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
18	تدعيم الخطاب الإعلامي الفلسطيني بالمواثيق الدولية ومواد حقوق الانسان.

تبين من الجدول (3.21) أن التركيز على التغطية التفسيرية والتحليلية للصفقة جاء في المرتبة الأولى من اقتراحات النخبة للنهوض بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن، تلاه تعدد لغات نشر الخطاب الفلسطيني في المرتبة الثانية، ثم توضيح الأطراف المسؤولة عن الصفقة وتجريمهم، ثم تخصيص مساحات إعلانية في الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية، ثم تحميل المجتمع الدولي مسؤوليته الأخلاقية عن الموافقة على تنفيذ صفقة القرن، تلاه تعبئة الرأي العام العالمي ضد صفقة القرن، ثم استخدام وتعميم المصطلحات الفلسطينية فيما يخص الصفقة، ثم أنسنة الخطاب الفلسطيني الموجه للعالم واستغلال المآسي والمجازر التي ترتكب بحق الشعب الفلسطيني، تلاه إنشاء وسائل إعلام ناطقة باللغات الحية لمخاطبة الجمهور الخارجي، ثم ترجمة بعض برامج الإعلام الفلسطيني لأكثر من لغة وخاصة اللغة الإنجليزية، تلاه تقديم صفقة القرن على أنها مخالفة للقوانين والأعراف الدولية، ثم تفعيل دور السفارات الفلسطينية في الخارج، ثم تغطية أخبار الصفقة ومتابعتها على رأس الساعة وباستمرار، تلاه رصد ومتابعة الرواية الأمريكية والإسرائيلية والتصدي لها وتقنيدها، ثم تنسيق الخطاب الإعلامي الفصائلي نحو صفقة القرن حتى لا يبدو متناقضاً وعشوائياً، ثم التفريق بين لغة الخطاب الداخلي والخارجي، ثم وضع استراتيجية ناظمة للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية، في حين جاء تدعيم الخطاب الإعلامي الفلسطيني بالمواثيق الدولية ومواد حقوق الانسان في المرتبة الأخيرة.

ويتفق هذا مع ما يقترحه القطبي للنهوض بالخطاب الفلسطيني، ضرورة الوحدة الفلسطينية وإنهاء الانقسام والاتفاق على مشروع وطني واحد، وبناء استراتيجية إعلامية موحدة، وتوجيه الإعلام للعرب والغرب والعالم بنفس القوة⁽¹⁾.

ويدعو قاسم إلى ضرورة توحيد لغة الخطاب الموجه داخلياً وخارجياً، وإيجاد جسم فلسطيني موحد من جميع الفصائل الفلسطينية يشارك في فعاليات العودة ومواجهة صفقة القرن، وأن ينبثق عن هيئة مسيرات العودة ومواجهة صفقة القرن لجنة إعلامية موحدة تقوم بصياغة الخطاب وتحديد المفردات والصياغات الإعلامية، لتعزيز قوة ومصداقية للخطاب الإعلامي في مواجهة الصفقة، إلى جانب توقيع ميثاق إعلامي يتضمن أمور عدة منها: رفض انعكاس الخلاف السياسي على طبيعة الخطاب، ومنع الخطاب الانقسامي خلال مواجهة الصفقة والضغط على السلطة للقيام بواجبها الإعلامي، وقيام السفارات بدورها لإيصال رواية شعبها بشكل واضح وسليم، وأخيراً تبني الخطوات الميدانية لمواجهة صفقة القرن لتعزز لغة الخطاب الإعلامي وحسم أمرها في هذا المربع وترك التذبذبات في القرارات والخطابات⁽²⁾.

وتختلف هذه الدراسة مع دراسة عبد الله (2018)⁽³⁾، حيث توصلت إلى أن النخب لم تعمل على تطوير أي استراتيجيات ضاغطة باتجاه تبني النظام السياسي الفلسطيني قرارات سياسية جديدة، واتسمت توجهاتها بالرتابة على مستوى خطاباتها الرسمية وتحركاتها الميدانية.

ويرى الباحث أن أهم مقترح للنهوض بالخطاب الإعلامي، هو مخاطبة العالم بعدة لغات، ليصل الصوت الفلسطيني، لأكبر عدد ممكن من أحرار العالم، لمجابهة الخطابين الأمريكي والإسرائيلي، على أن يكون هذا الخطاب جامعاً للأطراف الفلسطينية لسد أي خلل ونقص فيه، إضافة إلى إضفاء روح القانون والتسلح بالقانون الدولي في قضية صفقة القرن، وتعزيز النشر في قضية الجرائم الإسرائيلية بحق الشعب الفلسطينية بناءً على القانون الإنساني الدولي وقانون حقوق الإنسان ولا سيما اتفاقية جنيف.

(1) وليد القطبي، قابله: عصام الأغا (11 مارس 2020م).

(2) حازم قاسم، قابله: عصام الأغا، (03 أبريل 2020م).

(3) عبد الله، التغييرات في تكوين وتوجهات النخبة الفلسطينية وأثرها على القرار السياسي الفلسطيني (1993-2016).

خامساً: اختبار فروض الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول معوقات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن تعزى لمدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن.

للتحقق من هذا الفرض فقد تم استخدام اختبار (تحليل التباين الأحادي One Anova Way) لكشف الفروق في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول معوقات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن تعزى لمدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن، والنتائج موضحة من خلال الجدول التالي:

جدول (3.22) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول معوقات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن تعزى لمدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن

معلومات الخطاب الاعلامي الفلسطيني	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة الاحتمالية
المعوقات الداخلية	بين الجماعات	.852	3	0.284	1.034	//0.379
	داخل الجماعات	40.098	146	0.275		
	المجموع	40.951	149			
المعوقات الخارجية	بين الجماعات	.861	3	0.287	1.170	//0.323
	داخل الجماعات	35.805	146	0.245		
	المجموع	36.666	149			

// القيمة الاحتمالية غير دالة احصائياً

تبين من النتائج الموضحة في جدول (3.22) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول معوقات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن تعزى لمدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن.

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن تعزى لمدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية.

للتحقق من هذا الفرض فقد تم استخدام اختبار (تحليل التباين الأحادي Anova One Way) لكشف الفروق في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن تعزى لمدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية، والنتائج موضحة من خلال الجدول التالي:

جدول (3.23) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن تعزى لمدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة الاحتمالية
بين الجماعات	1.178	3	0.393	0.770	//0.512
داخل الجماعات	74.434	146	0.510		
المجموع	75.612	149			

// القيمة الاحتمالية غير دالة احصائياً

تبين من النتائج الموضحة في جدول (3.23) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن تعزى لمدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية.

3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول تقييم خطاب الدول لصفقة القرن تعزى لمدى الاعتماد على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن.

للتحقق من هذا الفرض فقد تم استخدام اختبار (تحليل التباين الأحادي Anova (One Way) لكشف الفروق في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول تقييم خطاب الدول لصفقة القرن تعزى لمدى الاعتماد على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن، والنتائج موضحة من خلال الجدول التالي:

جدول (3.24) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول تقييم خطاب الدول لصفقة القرن تعزى لمدى الاعتماد على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة الاحتمالية
بين الجماعات	2.497	4	0.624	1.883	//0.117
داخل الجماعات	48.064	145	0.331		
المجموع	50.561	149			

// القيمة الاحتمالية غير دالة احصائياً

تبين من النتائج الموضحة في جدول (3.24) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول تقييم خطاب الدول لصفقة القرن تعزى لمدى الاعتماد على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن.

المبحث الثاني أهم النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، هي:

1. أوضحت الدراسة أن ما نسبته 45.3% من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام الفلسطينية بشكل كبير في المرتبة الأولى، بشكل كبير جداً بالمرتبة الثانية بنسبة 41.3%.
2. بينت الدراسة أن 29.3% من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام الفلسطينية بمعدل أكثر من 4 ساعات يومياً، بينما 27.3% منهم من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً.
3. توصلت الدراسة أن انطباع المبحوثين حول أداء الإعلام الفلسطيني جاء متوسطاً في المقام الأول بنسبة 43.3%، تبعه الأداء القوي في المرتبة الثانية بنسبة 41.3%.
4. أوضحت الدراسة أن أهم القضايا التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني من وجهة نظر المبحوثين هي صفقة القرن بنسبة 49.3%، تبعها مسيرات العودة في المرتبة الثانية بنسبة 30.7%.
5. توصلت الدراسة أن وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن وفقاً للمبحوثين كان كبيراً في المقام الأول بنسبة 46.0%.
6. أوضحت الدراسة أن درجة قيام الإعلام الفلسطيني بدوره تجاه قضية صفقة القرن من وجهة نظر المبحوثين كانت كبيرة في المقام الأول بنسبة 46.0%.
7. أثبتت الدراسة أن المبحوثين اعتقدوا أن النخب الفلسطينية تمارس دوراً متوسطاً في توجيه الخطاب نحو قضية صفقة القرن من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 40.7%.
8. بينت الدراسة أن النخبة يعتمدون على المواقع الإلكترونية في المرتبة في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن، بينما جاءت الصحف والمجلات المطبوعة بالمرتبة الثانية.
9. اعتمدت النخبة على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن على نحو كبير في المقام الأول بنسبة 55.3%، والمتوسط في المرتبة الثانية بنسبة 25.3%.

10. تبين أن درجة معرفة النخبة بمحتوي صفقة القرن وأهم قضاياها جاءت عالية في المقام الأول بنسبة 46.7%، بينما جاءت متوسطة في المرتبة الثانية بنسبة 29.3%.
11. توصلت الدراسة أنّ الوزن النسبي الكلي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول تقييم النخبة لخطاب الدول من صفقة القرن بلغ 60.5%.
12. أوضحت الدراسة أنّ الوزن النسبي الكلي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن بلغ 76.8%.
13. توصلت الدراسة إلى أن تقييم النخبة لمعالجة الإعلام الفلسطيني لقضية صفقة القرن كان عالياً بالتساوي مع متوسط في المقام الأول بنسبة 44.0% لكل منهما.
14. أوضحت الدراسة أن النخبة ترى أن فعالية الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن جاء متوسطاً في المقام الأول بنسبة 52.0%.
15. أوضحت الدراسة أن النخبة الفلسطينية تثق بالخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن على نحو متوسط في المقام الأول بنسبة 39.3%، وعلى نحو عالٍ في المرتبة الثانية بنسبة 32.0%.
16. اتضح أن تأييد أفراد عينة الدراسة لسمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن بدرجة كبيرة.
17. بينت الدراسة أنه من وجهة نظر المبحوثين أن سمة "لا يفرق بين الخطاب الداخلي والخارجي" بوزن نسبي 76% كانت في المقدمة، وأخيراً "منظم مسجماً ذاتياً بنسبة 62.4%.
18. أثبتت الدراسة أن التأكيد على العمق التاريخي والسياسي حول الحق الفلسطيني في الأرض جاء في المرتبة الأولى من مرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن، تلاه الإجماع الفلسطيني على رفض الصفقة في المرتبة الثانية.
19. تبين أن اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة القرن بدرجة كبيرة.
20. توصلت الدراسة أنه من وجهة نظر المبحوثين فقد حصل اتجاه "يحرص الجمهور على رفض صفقة القرن على نسبة 88.7% في المرتبة الأولى، وأخيراً "يدفع الجمهور إلى اليأس من وقف" بوزن نسبي 60.8%.

21. بينت الدراسة أن أبرز المعوقات الداخلية "الخلط بين الخطاب المحلي والخطاب الدولي" في المرتبة الأولى بوزن نسبي 78.4%، تلتها "عدم وجود استراتيجية إعلامية موحدة لوسائل الإعلام الفلسطينية" في المرتبة الثانية بوزن نسبي 84.7%.
22. توصلت الدراسة أن المعوق الخارجي "عدم وجود موقف عربي موحد من صفقة القرن" على وزن نسبي 87.5% في المرتبة الأولى، تلتها "هيمنة الخطاب الإعلامي الأمريكي والإسرائيلي وقوته" في المرتبة الثانية بوزن نسبي 85.9%.
23. أوضحت الدراسة أن التركيز على التغطية التفسيرية والتحليلية للصفقة جاء في المرتبة الأولى من اقتراحات النخبة للنهوض بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن.
24. أثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول معوقات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن تعزى لمدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن.
25. أثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن تعزى لمدى متابعة وسائل الإعلام الفلسطينية.
26. أثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول تقييم خطاب الدول لصفقة القرن تعزى لمدى الاعتماد على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن.

ثانياً: التوصيات:

بناءً على نتائج الدراسة التحليلية، تتقدم الدراسة بالتوصيات الآتية:

1. تعزيز دور النّخب الفلسطيني في توجيه خطابها نحو قضية صفقة القرن، وذلك بعقد الدورات واللقاءات والحوارات المستمرة.
2. تطوير وتدعيم الخطاب الفلسطيني وتوحيده بالحوار والمشاركة والتفاعلية مع النخب الفلسطينية لتعزيز الثقة بينهما، مما يؤدي لسد العجز والنقص في الثقة.
3. ضرورة دفع الجمهور إلى الأمل من مجابهة صفقة القرن، وبث روح الثورة والجبروت، وأن الشعب الفلسطيني سينتزع مطالبه بالقوة.
4. ضرورة وجود موقف فلسطيني موحد من الصفقة، وإنهاء الانقسام، وتعزيز إمكانيات وسائل الإعلام، واستمرارية الخطاب وألا يصبح موسميًا وتعزيزه بعدة لغات، والتأكيد على التنسيق والتخطيط على مستوى جميع الوسائل.
5. التشديد على ضرورة وجود موقف عربي موحد من الصفقة، وذلك بتحسين الاتصال والعلاقات مع الدول العربية، وألا نحدث عداوة بينها، والتدخل في سياساتها الداخلية، كما حدث في كثيرٍ من الأحيان سابقًا.
6. تعزيز تعبئة الرأي العام العالمي ضد صفقة القرن، واستخدام وتعميم المصطلحات الفلسطينية، فيما يخص الصفقة، وأنسنة الخطاب الفلسطينية الموجه للعالم، واستغلال المآسي والمجازر التي ترتكب بحق الشعب الفلسطيني.

المصادر والمراجع

المراجع والمصادر

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: الحديث النبوي الشريف

ثالثاً: المراجع العربية:

- أبراش، إبراهيم. (1998م). علم الاجتماع السياسي. ط1. دار الشروق للنشر والتوزيع: رام الله.
- ابن منظور، جمال الدين محمد. (1955م). لسان العرب. ب. ط. دار صادر: بيروت.
- أبو اصبع، بلقيس. (1999م). النخبة السياسية الحاكمة في اليمن، 1978م – 1990م. ط1. مكتبة مدبولي: القاهرة.
- أبو السعيد، أحمد (2015م). متطلبات الخطاب الإعلامي الفلسطيني بعد مؤتمر أنابوليس للسلام من وجهة نظر الصفوة، مجلة الجامعة الإسلامية، غزة. (د. ع)، ص 254-293.
- أبو جاسر، مروان. (2013م). رؤية حل الدولتين وأثرها على التسوية السياسية للقضية الفلسطينية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.
- أبو حسن، صلاح الدين. (2017م). اتجاهات الصفيين الفلسطينيين نحو ممارسة الصحافة الاستقصائية: دراسة ميدانية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع(17)، الرياض، ص 11-61.
- أبو داير، محمد. (2015م). أثر الخطاب الإعلامي لفصائل اليسار الفلسطيني على التنمية السياسية لدى طلبة جامعات قطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.
- أبو سرية، رجب. (2018م، 26 يونيو). عن الموقف العربي من صفقة القرن. تاريخ الاطلاع: 25 أكتوبر 2020م، الموقع: https://www.al-ayyam.ps/ar_page.php?id=12b98aa0y314149536Y12b98aa0
- أبو سعدة، محمد. (2018م). صفقة القرن قراءة في الأبعاد المسارات. د.ط. المعهد المصري للدراسات: القاهرة.
- أبو عرقوب، عمر. (2018م). صفقة القرن من منظور الإعلام وهندسة الجمهور تحليل نقدي للخطاب الرسمي الأمريكي. مجلة رؤية تركية، 4(7)، ص 53-76.

أبو قوطة، محمود. (2015م). اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عبر المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة) الجامعة الإسلامية، غزة.

أبو كريم، منصور. (2017م). صفقة القرن الأمريكية: ملامح وتحديات. د.ط. مركز رؤية للدراسات السياسية والاستراتيجية: غزة.

أبو مزيد، رجا. (2014م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة: دراسة وصفية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

أبو ليلي، أحمد. (2020م). تقييم النخبة الفلسطينية لأداء الإعلام المقاوم خلال الأزمات، دراسة ميدانية في محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

إسماعيل، محمود. (2003م). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. ط1. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

إسماعيل، يحيى. (2020م). صفقة القرن: دولة يهودية لا دولة فلسطينية. مجلة أوامر، (8). ص 21 - 42.

الأطرش، نسرین. (2017م). اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر الإسرائيلية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

الإمام، هيفا. (2020م، 17 مايو). صفقة العصر أهدافها وسبل مواجهتها. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: <https://www.awraqthaqafya.com/885/>

أنيس، إبراهيم وآخرون. (2004م). المعجم الوسيط. ط4. مكتبة الشروق الدولية: القاهرة.

بدر، إسلام. (2017م). اتجاهات النخبة الفلسطينية نحو معالجة الصحف الفلسطينية اليومية لقضية الانقسام: دراسة تحليلية وميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

بريخ، نضال. (2014م). اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

بشارة، عزمي. (2020م). صفقة ترامب - نتياهو، ط1. قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

البطش، عائشة. (2016م). تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

البطنجي، عياد. (2008م، 15 أبريل). نهاية النخب السياسية الفلسطينية. تاريخ الاطلاع 21 مارس 2020م، الموقع: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=131485>.

بيومي، على محمد. (2004م). دور الصفوة في اتخاذ القرار السياسي، ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.

تنيرة، بكر مصباح. (1982م). التطور الاستراتيجي للسياسة الأمريكية في الوطن العربي. مجلة المستقبل العربي. 4(37)، ص 29-97.

جراد، نايف. (2020م). خطة ترامب المعروفة ب "صفقة القرن" [PDF]. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: <http://www.arn.ps/uploads/2020/2/tarjama.pdf>.

جرار، منتصر. (2019م). الاستراتيجية الفلسطينية في صد صفقة القرن ومواجهتها [PDF]. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: <http://dspace.up.edu.ps/xmlui/bitstream/handle/123456789/392/1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

الحافي، محمد وطبيب، أدهم (2017م). دور النخبة السياسية في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث، 1(2)، أريحا، ص 143-174.

الحامد، فهد. (2020م). مصير صفقة.. صفقة.. «فرصة القرن». تاريخ الاطلاع: 20 أكتوبر 2020م، الموقع: <https://www.okaz.com.sa/articles/authors/2009525>.

حرب، هاجر. (2014م). مدى اعتماد النخبة الفلسطينية على الإعلام الجديد في عملية التنمية السياسية: قطاع غزة نموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة.

حسون، محمد. (2011م). مشاريع حل القضية الفلسطينية، وأزمة النظام السياسي الفلسطيني (1965-2010)، مجلة دراسات تاريخية. (115-116)، ص 372-418.

حسين، سمير. (2006م). بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي. ط2. القاهرة: عالم الكتب.

حمامي، إبراهيم. (2018م). صفقة القرن الحلم القديم الجديد. د. ط. د. ن.

حمدي، محمد. (2010م). استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية: أساتذة جامعة باتنة أنموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.

حمزاوي، جويده. (2018م). الثابت والمتغير في السياسة الخارجية الأمريكية تجاه القضية الفلسطينية: قراءة في السياسة الخارجية الجديدة للرئيس ترامب. المجلة الجزائرية للدراسات السياسية. 5(1)، ص 207-292.

خريس، رامي. (2015م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة. دائرة شؤون المفاوضات بمنظمة التحرير الفلسطينية. (2020م). صفقة القرن: صفقة بين ترامب ونتنياهو لتصفية قضية وحقوق شعب فلسطين [PDF]. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: https://www.nad.ps/sites/default/files/02112020_ar.pdf.

الدريملي، نداء. (2015م). اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسؤولية الاجتماعية في الصحافة الفلسطينية اليومية خلال الفترة 2006م-2013م، دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة. ذبيان، سامي وآخرون. (1990م). قاموس المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ط1. رياض الريس للكتب والنشر: لندن.

الرشيدي، أسامة. (2017م، 22 أغسطس). "فن الصفقة"... خلاصة أفكار ترامب في "البنزس الرئاسي". تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: <https://www.alaraby.co.uk/%22%D9%81%D9%86-%D8%A7%D9%>

زغرة، محمد. (2016م). اتجاهات الإعلاميين الفلسطينيين نحو إدارة المقاومة الفلسطينية للمعركة الإعلامية خلال العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). أكاديمية الإدارة والسياسة للدارسات العليا وجامعة الأقصى، غزة.

زكريا، أحمد. (2009م). نظريات الإعلام. ط1. القاهرة: المكتبة المصرية للنشر. السطري، أحمد. (2016م). مشاريع التسوية السياسية الرسمية للصراع العربي الإسرائيلي في مجلة شؤون فلسطينية (1971-1993) (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

سمارة، مالك. (2020م، 29 يناير). بنود "صفقة القرن": "ترانسفير" ديمغرافي لفلسطيني إسرائيلي و"قدس" جديدة بين أبوديس وشعفاط. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع:

<https://www.alaraby.co.uk/%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D8>

سميسم، حميدة. (2010م). الخطاب الإعلامي العراقي. ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الإعلام الأول. جامعة بغداد، العراق.

الشرقاوي، عبد الفتاح. (2020م). الموقف العربي من صفقة القرن [PDF]. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع:

<https://www.masarat.ps/files/image/Apr%202019/oct/ashaqawipap2020.pdf>

الشريف، عبد الله محمد. (1996م). مناهج البحث العلمي دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية، ط1. الإسكندرية: المكتب العربي الحديث.

الشقاقي، أحمد (2015م). الخطاب الصحفي الفلسطيني والعربي تجاه قضية الأسرى: دراسة تطبيقية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة المنصورة، القاهرة.

الشيخ، محمد عبد الحفيظ. (2018م). النخب السياسية الليبية ودورها في المصالحة الوطنية، مجلة دراسات شرق أوسطية، مركز دراسات الشرق الأوسط، عمان، ص 13-31.

صالح، محسن. (2018م، 25 يناير). صفقة القرن.. هل ستمر؟! تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: <https://www.alzaytouna.net/2018/01/25/%D9%85%D9%82%D8%>

الطاهري، سعيدة وقنوعي، سمية. (2015م). اتجاهات الصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي: دراسة ميدانية لصحيفتي ولاية ورقلة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، الجزائر.

طابع، سامي. (2007م). مناهج البحث وكتابة المشروع المقترح للبحث، ط1. القاهرة: مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث.

الطوالبة، هديل. (2014م). اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، عمان.

عابد، زهير. (2010م). تفعيل دور الفضائيات العربية لدعم الهوية العربية الإسلامية للقدس الشريف بالتطبيق على النخبة الفلسطينية: دراسة وصفية تحليلية. مجلة جامعة القدس المفتوحة

للأبحاث والدراسات، (18)، ص 263-299.

عامر، مأمون. (2020م). خطة القرن وتشكيل الرؤية الصهيونية للصراع العربي الإسرائيلي. مجلة أواصر، (8). ص 78 - 97.

عبد الحميد، محمد. (2010م، 11 ديسمبر). الصفوة أو النخبة وأنواعها [مدونة]. تم الاسترجاع من: <http://hamdisocio.blogspot.com/2010/12/blog-posth>

عبد العاطي، معتز. (2019م). معالجة الصحف الفلسطينية لقضية نقل السفارة الأمريكية للقدس وتدابيرها (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

عبد الكريم، قيس وآخرون (2020م). ملفات فلسطينية (2/2): "صفقة القرن" في الميزان... ط1. شركة دار التقدم العربي للصحافة والطبع والنشر: بيروت، الدار الوطنية الجديدة: دمشق، مركز الحرية للإعلام: غزة.

عبد الله، دعد. (2018م). التغيرات في تكوين وتوجهات النخبة الفلسطينية وأثرها على القرار السياسي الفلسطيني (1993-2016) (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

العجلة، رامي. (2014م). الخطاب الصحفي نحو القدس في الصحافة العربية الدولية، دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

العجلة، محمد. (2015م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان الإسرائيلي في الضفة الغربية: دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

عشقوتي، شوقي. (2019م). هذه بنود صفقة القرن. مجلة الأمن العام. (69)، ص 50-52. عمير، ميسون. (2012م). النخب السياسية الفلسطينية وأثرها على الوحدة الوطنية: نخبة المجلس التشريعي الفلسطيني الثاني نموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

غبين، يوسف (2019م). الأطر الخيرية لانتفاضة القدس في المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية: دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

الفيروزآبادي، مجد الدين. (1987م). القاموس المحيط. ط2. مؤسسة الرسالة: بيروت.

القاضي، باسل. (2020م). الخطاب الصحفي العربي نحو التطبيع مع "إسرائيل" في مواقع الفضائيات الإخبارية العربية: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

كالهيسيار، أوميد. (2019م، 14 مايو). الاستراتيجية الأمريكية الجديدة، السيطرة على سوق الطاقة الدولية. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: https://araa.sa/index.php?option=com_content&view=article&id=4660:2019-05-14-09-46-59&catid=4178&Itemid=172

كالين، ستيفن وآخرون (2019م، يونيو). رفض عربي واسع لخطة كوشنر الاقتصادية للسلام في الشرق الأوسط. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: <https://fr.reuters.com/article/idARAKCN1TO00Y>

الكريني، إدريس. (2009م، 30 أغسطس). النخب السياسية العربية، شرعنة الأوضاع أم انتصار للتغيير. تاريخ الاطلاع: 23 أغسطس 2020م، الموقع: <https://studies.aljazeera.net/ar/issues/2009/201172204010953631.html>

كليب، فتحي. (2019م). ورشة المنامة والمقدمات الاقتصادية لصفقة القرن.. أوصلو نموذجاً!. د.ط. المركز الفلسطيني للتوثيق والمعلومات "ملف": فلسطين.

الكياي، عبد الوهاب وآخرون. (1995م) الموسوعة السياسية. د.ط. المؤسسة العربية للدراسات والنشر: بيروت.

كياي، ماجد. (2003م). التحول في الاستراتيجية السياسية الأمريكية من احتلال العراق إلى دعوات التغيير في المنطقة. مجلة شؤون عربية. (114)، ص 21-48.

المجمعي، محمد. (2009م). النخبة السياسية وأثرها في التنمية السياسية. مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية. 1(4)، ص 132-157.

محسن، أسماء (2015م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي: دراسة وصفية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

محفوظ، عيسى. (2018م). الخطاب الإعلامي لإدارة ترامب تجاه القضية الفلسطينية، مجلة دراسات قانونية وسياسية. 3(2)، ص 190-213.

محمد، سخلة. (2014م). اتجاهات الإعلاميين نحو ظهور المرأة المحجبة في الإعلان: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة حمه لخضر-الوادي، الجزائر.

مراد، كامل. (2014م). الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور، الخصائص، النظريات، ط2. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

مرزوق، شيماء. (2019م، 08 أكتوبر). 5 أسباب تحول دون تحديد موعد صفقة القرن. تاريخ

الاطلاع: 25 أكتوبر 2020م، الموقع: <https://alresalah.ws/post/206013/5>-

[.https://alresalah.ws/post/206013/5](https://alresalah.ws/post/206013/5)

مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات. (2018م). تطورات صفقة القرن ومساراتها المحتملة. مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات: بيروت.

مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات. (2019م). الآفاق المستقبلية لصفقة القرن الأمريكية. مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات: بيروت.

مركز العودة الفلسطيني. (30 يناير 2020م). "صفقة القرن" .. 3 خيارات مجففة لشطب قضية اللاجئين الفلسطينيين. تاريخ الاطلاع: 25 أكتوبر 2020م، الموقع:

[.https://prc.org.uk/ar/news/1180/%D8%B5%D9%81%D9%82%D8%A9](https://prc.org.uk/ar/news/1180/%D8%B5%D9%81%D9%82%D8%A9)

المصري، هاني. (2018م). القضية الفلسطينية ومشروع صفقة القرن. مجلة رؤية تركية. 4(7)، ص 9-20.

مكاوي، حسن والسيد، ليلي. (1998م). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

المناعمة، وائل. (2012م). الخطاب الصحفي الفلسطيني تجاه قضية اللاجئين: دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، القاهرة.

منصور، ممدوح. (1995م). الصراع الأمريكي - السوفيتي في الشرق الأوسط. د.ط. مكتبة مدبولي: القاهرة.

موقع CNN بالعربية. (16 فبراير 2017م). ترامب: حل الصراع الفلسطيني الإسرائيلي قد يقوم على مبدأ الدولة الواحدة. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع:

<https://arabic.cnn.com/middleeast/2017/02/16/trump-netanyahu-two-state-solution->

[.israel-palestinians](https://arabic.cnn.com/middleeast/2017/02/16/trump-netanyahu-two-state-solution-)

موقع CNN بالعربية. (25 يونيو 2019م). أبرز ما جاء في كلمة كوشنر في أول أيام "ورشنة البحرين". تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: <https://arabic.cnn.com/middle->

[.east/article/2019/06/25/kushner-speech-bahrain-workshop](https://arabic.cnn.com/middle-east/article/2019/06/25/kushner-speech-bahrain-workshop)

موقع الأنباط. (02 يوليو 2019م). مسودة صفقة القرن .. أهم بنودها ومقرراتها. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: (<https://alanbatnews.net/post.php?id=237448>).

موقع الجزيرة. (د.ت.). خطة السلام الأميركية. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: (<https://interactive.aljazeera.net/aja/Trump-Middle-East-Plan/>).

موقع الشرق. (28 يناير 2020م). حماس تعلن رسمياً موقفها من صفقة القرن. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: (<https://al-sharq.com/article/28/01/2020/%D8%AD%D9%85%D8%A7>).

موقع القدس العربي. (06 أبريل 2019م). مسؤول فلسطيني يكشف تفاصيل صفقة القرن القائمة على مشروع "ايغور آيلاند". تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: (<https://www.alquds.co.uk/%D9%85%D8%B3%D8%A4%D9%88%D9>).

موقع المركز الفلسطيني للإعلام. (27 إبريل 2019م). نص كلمة هنية خلال اللقاء الوطني "متحدون في مواجهة صفقة القرن". تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: (<https://www.palinfo.com/news/2019/4/27/%d9%86%d8%b5-%d9>).

موقع المعاني (د.ت.). تعريف ومعنى صفقة. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: (<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B5%D9%81%D9%82%D8%A9/%D8%A7>).

موقع المعرفة (د.ت.). صفقة القرن، تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: (https://www.marefa.org/%D8%B5%D9%81%D9%82%D8%A9_%D8%A7).

موقع روسيا اليوم (7 مايو 2019م). صحيفة إسرائيلية تنشر بنوداً مسببة من صفقة القرن، تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2019م، الموقع: (https://arabic.rt.com/middle_east/1017885).

موقع عرب 48. (28 يناير 2020م). دونالد ترامب يعلن بنود "صفقة القرن". تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: (<https://www.arab48.com/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A>).

موقع فرانس 24. (12 يونيو 2019م). مصر والأردن والمغرب ستشارك في مؤتمر مثير للجدل في البحرين لدعم الاقتصاد الفلسطيني. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: (<https://www.france24.com/ar/20190612-%D9%85%D8%A4%D8%AA>).

موقع وكالة قدس برس. (25 يناير 2020م). الجبهة الشعبية تدعو منظمة التحرير لمواجهة "صفقة القرن". تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: [.https://www.qudspress.com/index.php?page=show&id=58523](https://www.qudspress.com/index.php?page=show&id=58523)

موقع وكالة وفا. (29 أكتوبر 2018م). "المجلس المركزي" يقرر إنهاء التزامات منظمة التحرير والسلطة الوطنية كافة تجاه اتفاقاتها مع سلطة الاحتلال. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: [.https://wafa.ps/ar_page.aspx?id=Hosgjva841413419451aHosgjv](https://wafa.ps/ar_page.aspx?id=Hosgjva841413419451aHosgjv)

الميمي، نردين. (2011م). دور العوامل الخارجية في تشكيل النخبة الفلسطينية في أواخر الدولة العثمانية (القرن التاسع عشر) وفترة الانتداب [PDF]. تاريخ الاطلاع: 30 أغسطس 2020م، الموقع: <http://ialiis.birzeit.edu/fmru/sites/default/files/%D8%AF2011.pdf>

هلال، جميل. (2002م). تكوين النخبة الفلسطينية: منذ نشوء الحركة الوطنية الفلسطينية الى ما بعد قيام السلطة الوطنية. د.ط. المؤسسة الفلسطينية لدراسات التنمية: رام الله.

هلال، علي الدين ومسعد، نيفين. (2000م). النظم السياسية العربية قضايا الاستمرار والتغيير. د.ط. دن.

الهمص، محمد. (2018م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو انتفاضة القدس: دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

وادي، جليل. (2015، 10 ديسمبر) النخبة الإعلامية، تفكك المجموع وتبعثر الأدوار، تاريخ الاطلاع: 22 إبريل 2020م، الموقع: <http://www.sdpmaroc.com/article/3023.html>

رابعًا: المراجع الأجنبية:

- Amer, W. M., & Amer, M. M. (2011). US Media Coverage of the Situation in Jerusalem: A Discourse Analysis Study [PDF]. Retrieved April 24, 2019, from <https://iugspace.iugaza.edu.ps/bitstream/handle/20.500.12358/25678/A-report-on-the-US-media-coverage-of-the-situation-in-Jerusalem.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bjola, Corneliu. (2000). The Impact of "Symbolic Politics" On Foreign Policy During The Democratization Process. Paper presented at the Kokkalis Graduate Student Workshop On Southern and Eastern Europe, Harvard University.

- Chomsky, N. (1997). What makes mainstream media mainstream. *Z magazine*, 10(10), 17-23.
- Heinrichs, P. S. (2019). Narrating uncertainty and the European neighbourhood policy: evidence from Ukrainian, Israeli and Palestinian civil society elites. *Global Affairs*, 5(1), 55-62.
- Patterson, Steven A. (1990). *Political Behavior Patterns In everyday Life*, W. P. SAGE Publications: California USA.
- Shalev, Ch. (2018). Israelis Support Equal Rights for Reform and Conservative Jews – but Want U.S. Jews to Keep Their Mouths Shut. Retrieved August 24, 2020, from <https://www.haaretz.com/israel-news/premium.MAGAZINE-israelis-support-non-orthodox-jews-but-want-u-s-jews-to-shut-up-1.6242552>.
- Soekarno, A. A., & Utomo, T. C. (2019). United States' unwavering Support to Israel: Biased Foreign Policy in Israel-Palestine Conflict Under President Donald Trump's Administration (2016-2019). *Journal of International Relations*, 5(3), 492-500.

خامساً: المقابلات:

- أحمد يوسف - محلل سياسي، عصام الأغا، (مقابلة شخصية: 28 أبريل 2019م).
- حازم قاسم - الناطق باسم حركة حماس، عصام الأغا، (مقابلة شخصية: 03 أبريل 2019م).
- سمير أبو مدللة - محلل سياسي، عصام الأغا، (مقابلة شخصية: 12 مارس 2019م).
- صائب عريقات - أمين سر اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية، عصام الأغا (اتصال شخصي: 15 أبريل 2020م).
- عدنان أبو عامر - كاتب ومحلل سياسي، عصام الأغا (مقابلة شخصية: 29 أبريل 2020م).
- مصطفى الصواف - كاتب الصحفي، عصام الأغا، (مقابلة شخصية: 11 أبريل 2019م).
- وليد القططي - عضو المكتب السياسي لحركة الجهاد الإسلامي، عصام الأغا، (مقابلة شخصية: 11 مارس 2019م).

ملحق (1) أسماء المحكمين مرتبة حسب الدرجة العلمية

م	الإسم	التوصيف
1.	أ.د. سمير أبو مدالله	أستاذ الاقتصاد وعميد كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية بجامعة الأزهر - غزة
2.	د. أحمد الترك	أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الإسلامية - غزة
3.	د. حسن أبو حشيش	أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الإسلامية - غزة
4.	د. طلعت عيسى	أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الإسلامية - غزة
5.	د. مخيمر أبو سعدة	أستاذ مشارك ورئيس قسم العلوم السياسية بجامعة الأزهر - غزة
6.	د. أحمد حماد	أستاذ مساعد العلاقات العامة والإعلام في جامعة الأقصى - غزة
7.	د. مشير عامر	أستاذ مساعد ورئيس قسم اللغة الإنجليزية بالجامعة الإسلامية - غزة
8.	د. كامل أبو ضاهر	أستاذ مساعد ورئيس قسم الجغرافيا بالجامعة الإسلامية - غزة
9.	د. خضر الجمالي	نائب رئيس الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية للشؤون الادارية
10.	د. محسن الإفرنجي	صحفي ومحاضر جامعي ومدرب إعلامي
11.	د. تحسين الأسطل	نائب نقيب الصحفيين الفلسطينيين وعضو المجلس الوطني الفلسطيني
12.	د. عدنان أبو عامر	عميد كلية الآداب، ورئيس قسم العلوم السياسية والإعلام بجامعة الأمة للتعليم المفتوح - غزة

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



الجامعة الإسلامية بغزة
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
ماجستير تير صحافة

ملحق (2) استمارة الاستقصاء

اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي
الفلسطيني لقضية صفقة القرن
دراسة ميدانية

إعداد الباحث
عصام عبد الله يوسف الاغا

إشراف الدكتور
أمين منصور وافي

الوحدة الأولى: السمات العامة للنخبة الفلسطينية:

1. الجنس	() نكر	() أنثى		
2. المحافظة	() رفح	() خانينوس	() الوسطى	() غزة () الشمال
3. المؤهل العلم،	() دبلوم متوسط فأقل	() بكالوريوس	() دراسات عليا	
4. العمر	() أقل من 30	() من 30 إلى أقل من 40	() من 40 إلى أقل من 50	() من 50 إلى 60 فأكثر
5. نوع النخبة	() سياسية	() إعلامية		
6. مكان العمل	() حزب سياسي	() مؤسسة حكومية	() مؤسسة إعلامية	() جامعة أو كلية أخرى، حددها.....
7. الانتماء السياسي	() حركة فتح	() حركة حماس	() مستقل	() الجهاد الاسلامي () أخرى، أنكرها.....

الوحدة الثانية: الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن: أهميته وفاعليته والثقة به.

8. ما مدى متابعتك لوسائل الإعلام الفلسطينية؟
 () كبير جدًا () كبير () متوسط () قليل () قليل
9. كم من الوقت تقضى يوميًا في متابعة وسائل الاعلام الفلسطينية؟
 () أقل من ساعة () من ساعة إلى أقل من 2 () من 2 إلى أقل من 3 ساعات
 () من 3 إلى أقل من 4 ساعات () أكثر من 4 ساعات
10. ما هو انطباعك العام عن أداء الإعلام الفلسطيني؟
 () قوي جدًا () قوي () متوسط () ضعيف () ضعيف جدًا
11. ما أهم القضايا التي يركز عليها الخطاب الإعلامي الفلسطيني؟
 () مسيرة العودة () صفقة القرن () الأسرى () حصار () اللاجئين () عمليات المقاومة
 () القدس () الانقسام () الاستيطان () الانتخابات () أخرى، انكرها.....
12. ما مدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة قضية صفقة القرن؟
 () كبير جدًا () كبير () متوسط () قليل () قليل

13. ما درجة قيام الإعلام الفلسطيني بدوره تجاه قضية صفقة القرن؟

() كبير جدًا () كبير () متوسط () قليل () قليل

14. هل تعتقد أن النخب الفلسطينية تمارس دوراً في توجيه الخطاب نحو قضية صفقة القرن؟

() كبير جدًا () كبير () متوسط () قليل () قليل

15. ما أكثر وسائل الإعلام الفلسطينية التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن؟ (يمكن

اختيار أكثر من إجابة من خلال إعطاء رقم (1) للأهم):

() القنوات التلفزيونية الفلسطينية () الإذاعات الفلسطينية () الصحف والمجلات المطبوعة
() المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي () تطبيقات الهاتف () أخرى، اذكرها.....

16. ما مدى اعتمادك على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول صفقة القرن؟

() كبير جدًا () كبير () متوسط () ضعيف ()

17. ما مدى معرفتك بمحتوى صفقة القرن وأهم قضاياها؟

() عالية جدًا () عالية () متوسطة () منخفضة جدًا

18. تقييمك لخطاب الدول الآتية من صفقة القرن؟

الموقف	قوي جدًا	قوي	متوسط	ضعيف	ضعيف جدًا
تقييمك لخطاب الدول من صفقة القرن					
خطاب السلطة الفلسطينية					
خطاب الفصائل الفلسطينية					
الخطاب الشعبي الفلسطيني					
الخطاب العربي الرسمي					
الخطاب الإسرائيلي الرسمي					
الخطاب الأمريكي الرسمي					
الخطاب الغربي الرسمي					

19. حدد موقفك من العوامل الآتية المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بمتابعة صفقة القرن؟

الموقف	مؤيد جدًا	مؤيد	محايد	معارض	معارض جدًا
العوامل المؤثرة على اهتمام وسائل الإعلام					
التوجه السياسي للقائمين عليها وسياستها التحريرية					
موقف الوسيلة الإعلامية من صفقة القرن					
اهتمام الوسيلة بالقضايا السياسية الأخرى					
الانقسام والوضع السياسي القائم					
الظروف الإقليمية والدولية المساندة لإسرائيل					

					خطورة صفقة القرن على القضية الفلسطينية
					تعد صفقة القرن أحد مشاريع التصفية للقضية الفلسطينية
					اعتبار صفقة القرن حل الأمر الواقع المبني على ميزان
					اعتبار صفقة القرن أحد أشكال الانحياز الدولي اتجاه إسرائيل
					أخرى، اذكرها:.....

20. تقييمك لمعالجة الإعلام الفلسطيني لقضية صفقة القرن؟

() عالية جدًا () عالية () متوسطة () منخفضة جدًا

21. ما رأيك في فعالية الخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن؟

() عالية جدًا () عالية () متوسطة () منخفضة جدًا

22. ما مدى ثقتك بالخطاب الإعلامي الفلسطيني الخاص بصفقة القرن؟

() عالية جدًا () عالية () متوسطة () منخفضة جدًا

الوحدة الثالثة: سمات ومرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن.. والدور المطلوب

23. كيف ترى سمات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن؟

معارض جدًا	معارض	محايد	مؤيد	مؤيد جدًا	الموقف	سمات الخطاب
						إنساني عاطفي
						عقلاني منطقي
						حزبي
						لا يفرق بين الخطاب الداخلي والخارجي
						منظم منسجم ذاتيا
						عشوائي "بدون تخطيط"
						متناقض مع نفسه
						رسمي
						إقناعي
						تفاعلي
						متردد
						أخرى، اذكرها:.....

24. ما مرتكزات الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة من خلال اعطاء رقم (1) للأهم)

- () يراعي الخلافات الثقافية السياسية للمتلقي.
- () التأكيد على العمق التاريخي والسياسي حول الحق الفلسطيني في الأرض.
- () استخدام أساليب المنطق والاستدلال والاستنتاج (خطاب منطقي).
- () دحض الشائعات وفضح أبعاد الحرب النفسية والإعلامية التي يشنها الاحتلال الإسرائيلي .
- () إبراز البعد القانوني والدولي وما يتعلق بقرارات الامم المتحدة.
- () الإجماع الفلسطيني على رفض الصفقة.
- () توجيه رسائل إلى الولايات المتحدة الأمريكية التي تدعم وتساند الاحتلال الإسرائيلي.
- () خطاب قصدي متعمد، موجه لجمهور بعينه في دولة بعينها.
- () مراعاة الاختلافات اللغوية ودلالات المصطلحات بين جماهير المتلقين المختلفة.
- () رفع الروح المعنوية للجمهور الفلسطيني.
- () كسب ود الدول العربية والدولية.
- () تحميل الأنظمة العربية مسؤولية إتمام صفقة القرن والموافقة على بنودها.
- () تحميل المجتمع الدولي مسؤولية الصمت والموافقة على إتمام صفقة القرن.
- () صياغة الخطاب للغات مختلفة.
- () عدم التهويل والمبالغة في نشر اخبار صفقة القرن.
- () أخرى، اذكرها.....

الوحدة الرابعة: اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الفلسطيني لصفقة

القرن

25. ما اتجاهك نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن:

صغير جداً	صغير	متوسط	كبير	كبير جداً	الاتجاه	العبارات
						يحرص الجمهور على رفض صفقة القرن
						يكشف المواقف والتوجهات العربية والدولية من صفقة
						يبين الموقف الفلسطيني الرسمي من صفقة القرن
						يساعد في الكشف عن بنود الصفقة وأليات تطبيقها
						يؤجج المشاعر للخروج بمسيرات رافضة لصفقة القرن
						يعرف الجمهور بآثار وتبعات صفقة القرن

					يساعد في الحصول على دعم دولي وعربي لمواجهة الصفقة
					يدفع الجمهور الى اليأس من وقف تمديد وتنفيذ الصفقة
					يعمل على تهدئة الرأي العام المحلي
					يقدم وعود زائفة حول القضاء على صفقة القرن ووقف تنفيذها
					يكشف مواقف الأحزاب المختلفة من صفقة القرن
					أخرى، اذكرها:.....

الوحدة الخامسة: معوقات الخطاب الاعلامي الفلسطيني نحو قضية صفقة القرن.

26. أبرز المعوقات الداخلية المؤثرة في الخطاب الاعلامي الفلسطيني من وجهة نظرك؟

معارض بشدة	معارض	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة	الموقف
					المعوقات الداخلية
					الانقسام الفلسطيني وتداعياته
					ضعف إمكانيات وسائل الإعلام الفلسطينية
					عدم وجود استراتيجية إعلامية موحدة لوسائل الإعلام
					طغيان المصطلحات والمفاهيم الحزبية على الخطاب
					غياب التنسيق والتخطيط على مستوى الوسيلة الواحدة
					تعدد الناطقين الإعلاميين للأحزاب
					عدم اعتماد الخطاب الإعلامي الفلسطيني على القوانين الدولية
					الخلط بين الخطاب المحلي والخطاب الدولي الخارجي
					عدم ترجمة الخطاب الإعلامي الفلسطيني إلى اللغات الأخرى
					وجود أكثر من خطاب رسمي فلسطيني مخاطب به العالم
					عدم وجود موقف فلسطيني موحد من الصفقة
					عدم توظيف الموضوعات السياسية الوطنية بشكل جيد
					اتسام الخطاب الفلسطيني بالسطحية والهامشية
					عدم المتابعة المستمرة لقضية صفقة القرن
					الظروف المعيشية والحصار
					موسمية الخطاب وعدم الاستمرارية
					أخرى، اذكرها:.....

27. أبرز المعوقات الخارجية المؤثرة في الخطاب الاعلامي الفلسطيني نحو صفقة القرن من وجهة نظرك؟

معارض بشدة	معارض	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة	الموقف
					هيمنة الخطاب الإعلامي الأمريكي والإسرائيلي وقوته
					هيمنة المصطلحات السياسية والإعلامية الأمريكية والإسرائيلية على الخطاب الإعلامي العالمي
					وجود قضايا دولية ساخنة حلت محل القضية الفلسطينية وأثرت سلباً على تناول الإعلام لها
					وجود قضايا عربية ساخنة حلت محل القضية الفلسطينية وأثرت سلباً على تناول الإعلام لها.
					عدم وجود موقف عربي موحد من صفقة القرن
					تحيز بعض وسائل الإعلام الأجنبية تجاه قضية صفقة القرن
					عدم اهتمام الإعلام العربي في تغطية صفقة القرن
					عدم وجود فهم لمتطلبات المستقبل الأجنبي
					عدم رصد ومتابعة الرواية الأمريكية والاسرائيلية العالمية والتصدي لها وتنفيذها وبيان زيفها للعالم
					تغييب مبادئ القانون الدولي ومواد حقوق الإنسان عند نقل أخبار الحقوق الفلسطينية وخاصة القدس وصفقة
					عدم صياغة الخطاب للغات مختلفة
					أخرى، اذكرها:.....

28. ما اقتراحاتكم للنهوض بالخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه صفقة القرن؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة من خلال إعطاء رقم

(1) للأهم)

- () تغطية اخبار الصفقة ومتابعتها على رأس الساعة وباستمرار .
- () رصد ومتابعة الرواية الأمريكية والاسرائيلية والتصدي لها وتنفيذها.
- () وضع استراتيجية ناظمة للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- () تدعيم الخطاب الإعلامي الفلسطيني بالمواثيق الدولية ومواد حقوق الانسان.
- () التفريق بين لغة الخطاب الداخلي والخارجي.
- () تنسيق الخطاب الاعلامي الفصائلي نحو صفقة القرن حتى لا يبدو متناقضاً وعشوائياً.
- () أنسنه الخطاب الفلسطيني الموجه للعالم واستغلال المآسي والمجازر التي ترتكب بحق الشعب الفلسطيني.
- () انشاء وسائل اعلام ناطقة باللغات الحية لمخاطبة الجمهور الخارجي.

- () ترجمة بعض برامج الاعلام الفلسطيني لأكثر من لغة وخاصة اللغة الانجليزية.
- () تخصيص مساحات اعلانية في الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية.
- () تفعيل دور السفارات الفلسطينية في الخارج .
- () تقديم صفقة القرن على أنه مخالفة للقوانين والأعراف الدولية.
- () التركيز على التغطية التفسيرية والتحليلية للصفقة.
- () توضيح الأطراف المسؤولة عن الصفقة وتجريمهم.
- () تحميل المجتمع الدولي مسؤوليته الاخلاقية عن الموافقة على تنفيذ صفقة القرن.
- () استخدام وتعميم المصطلحات الفلسطينية فيما يخص الصفقة.
- () تعبئة الرأي العام العالمي ضد صفقة القرن.
- () تعدد لغات نشر الخطاب الفلسطيني.
- () أخرى، اذكرها

إشراف الدكتور
أمين منصور وافي
الباحث
عصام عبد الله الأغا