M.S.A.R
Journal of Media Studies and Research
Vol. (6) ,No.(23) , pp131-150 ; E-ISSN: 2308-0728, P-ISSN: 2957-966X
DOI: https://doi.org/10.58564/MSAR

التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى المبارك عبر صفحات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية لصفحة الجزيرة – قدس/ فيسبوك .

Media Coverage of the Closure of the Blessed Al-Aqsa Mosque via Social Media Platforms: A Content Analysis of the "Al Jazeera – Quds" Facebook Page.

م.د معاذ محمد عبدالجبار الآلوسي [١، *]
ديوان الوقف السني/ دائرة المؤسسات الدينية والخيرية [١،*]

Dr. Maadh mohammed abduljabbar al-alusi [1,*]
Sunni Endowment Sunni Directorate / Department of Religious and Charitable Institutions [*،1]

الخلاصة

هدفت الدراسة الى معرفة الكيفية التي تناولتها صفحة (الجزيرة – قدس) على الفيسبوك لحدث إغلاق المسجد الأقصى، وهل كان هناك اهتمام يتناسب مع الحدث. استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون، واستخدم الباحث نظام الحصر الشامل للمدة التي اغلق بها المسجد الأقصى المبارك وهي (٤٠) يوماً من (٢٨ شباط إلى ٨ نيسان ٢٠٢٦م). اذ بلغت مجموع المنشورات (١.١١٨) منشوراً. وأظهرت النتائج اهتمام صفحة "الجزيرة - قدس" بقضية إغلاق المسجد الأقصى، حيث تصدرت فئة "الانتهاكات والإجراءات الإسرائيلية" المضمون العام بنسبة (٥٤.٢٠%)، كما كشفت الدراسة عن هيمنة واضحة للأبعاد العسكرية الإقليمية المزامنة للحدث (بنسبة ٨٥.٣٧% من فئة المواقف)،نتيجة ارتكاز التغطية على تداعيات القصف المتبادل بين الاحتلال وإيران وتأثيراته المباشرة على ساحة القدس، كذلك أثبتت الدراسة مواكبة الصفحة الكاملة لاشتراطات البيئة الرقمية التفاعلية من خلال اعتمادها على "المقاطع المرئية القصيرة (Reels)" كقالب نشر أساسي بنسبة (٥١.٧٠%).

الكلمات المفتاحية:

التغطية الإعلامية، مواقع التواصل الاجتماعي الجزيرة-قدس، المسجد الأقصى.

ABSTRACT

This study explores the coverage of Al-Aqsa Mosque's 40-day closure (February 28 – April 8, 2026) on the "Al Jazeera – Quds" Facebook page. Utilizing a content analysis approach, the researcher examined all 1,118 posts published during this period to assess whether the coverage aligned with the event's significance. The category of "Israeli violations and measures" constituted the dominant theme of the overall content, accounting for 54.20% of all posts. The study also identified a marked predominance of regional military dimensions associated with the event, representing 85.37% of the "positions and reactions" category. attributed to the coverage's emphasis on the repercussions of the reciprocal military escalation between Israel and Iran and its direct implications for Jerusalem Furthermore, reliance on short-form video content (Reels) accounted for 51.70% of the total posts..

Keywords:

Media Coverage, social media, Al Jazeera – Quds, Al-Aqsa Mosque.

Received	Accepted	Published online
استلام البحث	قبول النشر	النشر الإلكتروني
11/ 2 /2026	7/6/2026	31/ 8 /2026

*Corresponding Author Email : maathalalusi@gmail.com

المقدمة:

ان وسائل الإعلام من أهم الأدوات المهمة في توجيه الرأي العام وتشكيل الوعي الجماهيري، خاصة في ظل التطور التقني الهائل والمتسارع الذي كان له دور كبير في نشأة الإعلام الرقمي وظهور منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وغيرها من المنصات، حيث تجاوزت هذه المنصات النمط التقليدي في نشر الاخبار والاحداث، لتكون أكثر تأثيرا ومشاركة في صنع الحدث. ان القضايا الدينية والسياسية تأتي في مقدمة الاحداث التي يتم تغطيتها من قبل وسائل الاعلام، وفي مقدمتها القضية الفلسطينية ومعاناة الشعب الفلسطيني طيلة السنوات الماضية. ان المسجد الأقصى المبارك يمثل ركن الزاوية في الصراع العربي الإسرائيلي لما له من رمزية دينية وسياسية مهمة، وبقي محورا دائما للصراع والتوتر. ومنذ احتلال فلسطين عام ١٩٤٨م اغلق المسجد الأقصى مرات عديدة، وكان لهذا الاغلاق اهتمام اعلامي واسع على المستوى الدولي والعربي، واختلفت وسائل الاعلام في معالجة هذا الحدث المهم. وفي هذا السياق برزت الصفحات الإعلامية المتخصصة على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل صفحة (الجزيرة – قدس) على الفيسبوك، كمنصات فاعلة في نقل الأحداث المتعلقة بالقدس، وتقديمها ضمن قوالب إعلامية متعددة تجمع بين التحليل والخبر والتفاعل الجماهيري. كما ان هذه الصفحات أصبحت تمثل مصدراً مهماً للمعلومات، وتساهم في تشكيل اتجاهات الجمهور من خلال المواضيع التي تتناولها في عرض القضايا. وانطلاقاً من ذلك يسعى هذا البحث إلى دراسة التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الاقصى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تحليل مضمون منشورات صفحة (الجزيرة – قدس) على الفيسبوك، للكشف عن طبيعة المضامين الإعلامية التي تم نشرها، واتجاه التغطية الاعلامية، وفنون واشكال هذه التغطية.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في كيفية تناول صفحة (الجزيرة – قدس) على الفيسبوك لحدث إغلاق المسجد الأقصى، من خلال تحليل المضامين الإعلامية المستخدمة، ومعرفة اتجاه التغطية، وهل كان هناك اهتمام يتناسب مع الحدث. وتسعى الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي: (كيف كانت تغطية صفحة "الجزيرة – قدس" على فيسبوك لحدث إغلاق المسجد الأقصى)؟

ثانياً: تساؤلات البحث

١) ما المواضيع والقضايا الرئيسة (والفرعية كالأبعاد العسكرية الإقليمية والانتهاكات) التي شكلت محور التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الدراسة؟

٢) ما طبيعة ردود الفعل والمقاومة الميدانية للشعب الفلسطيني داخل القدس التي أبرزتها التغطية الإعلامية للصفحة؟

٣) ما التداعيات والآثار (الدينية، السياسية، والاجتماعية القانونية) المترتبة على قرار الإغلاق في خطاب الصفحة؟

٤) ما اتجاه التغطية الإعلامية (تعبوي، متوازن، محايد، إيجابي، سلبي) السائد في معالجة الصفحة لأحداث الإغلاق؟

٥) ما مصادر المعلومات والجهات التي اعتمدت عليها صفحة (الجزيرة - قدس) في استقاء وقائع التغطية؟
٦) ما قوالب المعالجة الصحفية ونوع التغطية (إخبارية، تعبوية، تفسيرية، إنسانية) التي وظفتها الصفحة في عرض الحدث؟
٧) ما الفنون والأشكال الصحفية الرقمية (مقاطع Reels، صور، بث مباشر، انفوغراف) التي صاحبت التغطية في الصفحة؟
٨) ما عناصر الإبراز التقني والأنماط الصورية البصرية المستعملة للفت انتباه الجمهور الرقمي وتوثيق أحداث الإغلاق؟

ثالثاً: اهمية البحث

تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع المرتبط بالمسجد الأقصى بشكل خاص بالقضية الفلسطينية بشكل عام، ان مثل هذه الاحداث الخطيرة تؤثر في تشكيل الرأي العام، وتؤثر في الجمهور المناصر للقضية الفلسطينية، بالإضافة لتزايد دور الاعلام الرقمي كمصدر بديل للأخبار كمواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، والكيفية التي تم تناول الاخبار في التغطية الإعلامية.

رابعاً: اهداف البحث

تسعى الدراسة الى تحقيق مجموعة من الاهداف يمكن صياغتها على وفق الاتي:
١. معرفة المواضيع والقضايا الرئيسة (والفرعية كالأبعاد العسكرية الإقليمية والانتهاكات) التي شكلت محور التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الدراسة.
٢. تشخيص طبيعة ردود الفعل والمقاومة الميدانية للشعب الفلسطيني داخل القدس التي أبرزتها التغطية الإعلامية للصفحة.
٣. التعرف على التداعيات والآثار (الدينية، السياسية، والاجتماعية القانونية) المترتبة على قرار الإغلاق في خطاب الصفحة.
٤. تحديد اتجاه التغطية الإعلامية (تعبوي، متوازن، محايد، إيجابي، سلبي) السائد في معالجة الصفحة لأحداث الإغلاق.
٥. معرفة مصادر المعلومات والجهات التي اعتمدت عليها صفحة (الجزيرة - قدس) في استقاء وقائع التغطية.
٦. الكشف عن قوالب المعالجة الصحفية ونوع التغطية (إخبارية، تعبوية، تفسيرية، إنسانية) التي وظفتها الصفحة في عرض الحدث.
٧. معرفة الفنون والأشكال الصحفية الرقمية (مقاطع Reels، صور، بث مباشر، انفوغراف) التي صاحبت التغطية في الصفحة.
٨. تحديد عناصر الإبراز التقني والأنماط الصورية البصرية المستعملة للفت انتباه الجمهور الرقمي وتوثيق أحداث الإغلاق.

خامساً: حدود البحث

١. الجانب المكاني: يقتصر البحث على منشورات صفحة (الجزيرة – قدس) على الفيسبوك. وتعد صفحة رسمية تابعة لشبكة الجزيرة متخصصة في متابعة الأخبار المحلية بمدينة القدس

وموثقة بالعلامة الزرقاء، ويصل عدد متابعيها أكثر من مليون ومائتي ألف مستخدم [١].

٢. الجانب الزماني: تم تحديد المدة الزمنية في الفترة التي اغلق بها المسجد الأقصى المبارك وهي (٤٠) يوما من (٢٨ شباط ٢٠٢٦م الى ٨ نيسان ٢٠٢٦م).

سادساً: نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية والتي تعتمد على منهج المسح التحليلي لمضامين صفحة (الجزيرة – قدس) على الفيسبوك، وقد استخدم الباحث نظام الحصر الشامل لكونه الأمثل في الكشف عن المحتوى بشكل دقيق وعلمي، والذي يتيح للباحث دراسة المضمون الإعلامي للمواد المنشورة، وتحليل الموضوعات، واساليب عرض وتقديم المحتوى المستخدمة في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى، وفهم تأثير ذلك على المتلقي. حيث بلغت مجموع المنشورات (١,١١٨) منشوراً خلال الفترة الزمنية المحددة.

سابعاً: الاجراءات المنهجية

اعتمد الباحث على تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات وتصنيف المواد المنشورة، حيث تم اعداد استمارة تسمى (استمارة التحليل) لتحليل ما تم تحديده كميا ونوعيا، بما يخدم اهداف الدراسة ويحقق الإجابة عن التساؤلات.

ج-**اختبار الصدق والثبات:**

أ-الصدق: "يقصد بصدق التحليل من مدى صلاحية أسلوب القياس وادلة قياس الموضوعات والظواهر التي يريد الباحث تحليلها، واستخلاص نتائج يعتمد عليها، ومن ثم يعمل على تعميمها"[٢]. ويتم التحقق من صدق الاستمارة من خلال عرضها على المختصين المعروفين بالخبرة، وكذلك المختصين في المجال الذي تعنى به الاستمارة [٣].

وقد قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء المحكمين [٤]، للحكم عليها وإبداء ملاحظاتهم أو رفضهم للفئات أو إضافة وتعديل بعض الفئات، وكذلك إجراء بعض التعديلات البسيطة في الصياغة اللغوية قبل الاستقرار على شكل الاستمارة النهائي، فكانت نسبة الاتفاق بين المحكمين (٩٧ %)، وتم الحصول على معامل الصدق وفق معامل اتفاق هولستي Holsti

ب-الثبات: يقصد بثبات التحليل هو امكانية اعطاء نتائج متقاربة او النتائج نفسها إذا طبق أكثر من مرة في ظروف متماثلة فيما لو اعيد تحليل محتوى المضمون بعد أسبوعين او ثلاثة

---

(١) ينظر: صفحة الجزيرة قدس، https://www.facebook.com/AljazeeraQuds . تمت الزيارة ٢٠٢٦/٤/١٠م.

(٢) سمير محمد حسين، تحليل المضمون تعريفاته مفاهيمه محدداته، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب ١٩٩٦م)، ص٨٣.

(٣) بركات عبد العزيز، أسس مناهج البحث الإعلامي، (القاهرة: العالمية للنشر والتوزيع ،٢٠١٢م)، ص٢٧٤.

(٤) أسماء المحكمين:

١. أ.د. محسن عبود كشكول/ كلية الإعلام/ الجامعة العراقية.
٢. أ.د. عادل عبد الرزاق الغريري/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد.
٣. أ.م.د. علاء نجاح نوري/ كلية الاعلام/ الجامعة العراقية.
٤. أ.م.د. منتهى هادي هندي/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد.
٥. أ.م.د. زيد محمود سلمان/ كلية الاعلام/ الجامعة العراقية.

أسابيع[١]. حيث أجرى الباحث الثبات من خلال إعادة التحليل بعد مرور اسبوعين، على العينة وتبين ان نسبة الثبات كانت ٩٠% وهي قيمة عالية تشير الى ثبات المقياس وصالحيته لتحقيق اهداف الدراسة.

سابعاً: التعريفات الإجرائية للبحث:

١. صفحة الجزيرة قدس: **"**تنفرد شبكة الجزيرة الإخبارية بإطلاق (صفحة القدس) كأول وسيلة إعلامية عربية تخصص صفحة في موقعها الإلكتروني تهتم بشؤون القدس. توظف الصفحة كافة الفنون الصحفية لمعالجة واقع وتفاصيل حياة المقدسيين اليومية، في محاولة منها لنقل متابعي موقع الجزيرة نت إلى مدينة ظلت منذ عقود نقطة النزاع الوحيدة التي لا يختلف عليها المواطن والسياسي العربي. تقدم صفحة القدس لمتابعيها فيديوهات يومية في عدة محاور: حكايات مقدسية تغوص في حياة المقدسيين اليومية، وتقارير تعالج أحداثا ومناسبات مختلفة في المدينة، إضافة إلى معالم القدس والمسجد الأقصى، وما تبثه قناة الجزيرة من برامج. ومن خلال التقارير وألبومات الصور وتصاميم الإنفوغراف والبطاقات المعلوماتية من خلال موسوعة الجزيرة نت والبث المباشر في مناسبات معينة، ستقدم الجزيرة نت وجبة معرفية للقارئ العربي حول المدينة ومعالمها وإنسانها**"**[٢].

٢. المسجد الأقصى المبارك: أولى القبلتين وثالث الحرمين الشريفين، من اهم المواقع التاريخية والدينية في العالم، يقع في مدينة القدس القديمة، تبلغ مساحة المسجد الأقصى ١٤٤ دونماً، ويشكل نحو سدس مساحة البلدة القديمة في القدس واغلق مرات عديدة من قبل الاحتلال الإسرائيلي بعد احتلاله عام ١٩٦٧م.

ثامناً: الدراسات السابقة

١. **دراسة (المعيني. ٢٠٢٥م)**[٣] هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على كيفية استخدام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا فيسبوك كأداة فاعلة في خلق تضامن لدولي ونشر الوعي، وتنظيم النشاطات الاحتجاجية. واعتمدت الدراسة على تحليل مضمون عينة من الصفحات العربية والفلسطينية والعالمية التي تناولت أحداث عملية طوفان الأقصى ودورها في تعزيز المقاومة الرقمية ونشر التحليلات والقصص الإنسانية والسياسية. كما تناولت التحديات التي تواجهها هذه الصفحات، مثل التقييد والرقابة من قبل إدارة الفيسبوك. وأظهرت الدراسة نتائج أهمها:

أ. أن هذه الصفحات نجحت في نشر الفيديوهات والصور الموثقة التي تبرز معاناة الشعب الفلسطيني.

ب. عززت هذه الصفحات من التفاعل المحلي والدولي وذلك من خلال استخدام الوسوم الموحدة وتنظيم الحملات التضامنية للشعب الفلسطيني.

---

(١) عبيدات واخرون، مناهج البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، ط١٧ (عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون، ٢٠١٥م) ص١٦٠.

(٢) صفحة الجزيرة قدس: مرجع سابق.

(٣) قاسم مصطفى عبد الله المعيني، تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لتطورات القضية الفلسطينية عملية طوفان الأقصى ودورها في تفعيل نشاطات الاغاثة والدعم الإنساني موقع فيس بوك ميتا أنموذجا، مجلة المنصور، عدد ٤٢، ٢٠٢٥م.

ت. اثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت عنصرا مهما في المقاومة الرقمية الفلسطينية، حيث تجاوزت الحواجز الإعلامية التقليدية وإيصال الرواية الفلسطينية إلى جمهور عالمي أوسع.

ث. استخدام اللغة العربية من قبل الناشطين بشكل كبير مع تزايد في استخدام اللغة الإنكليزية بغية الوصول الى جمهور عالمي لتعزيز التضامن الدولي.

ج. اعتمدت الصفحات على مصادر محلية ميدانية لتغطية الاحداث مما ساهم في نشر المعلومات بصورة أسرع وأكثر دقة.

٢. دراسة **(حسن. ٢٠٢٤م)** [١] هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة حرية التعبير كمجال عام في مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص مقاطعة البضائع التي تدعم الكيان الصهيوني، ورصد الأنشطة التفاعلية المهمة التي يقوم بها الجمهور فيما يخص تلك المقاطعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بعينة عمدية قوامها (٣٠٠) مفردة، كما حددت الدراسة أهم تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على المبحوثين تجاه حملات المقاطعة، وكذلك أهم الصعوبات والسبل الكفيلة لزيادة فاعلية تلك الوسائل نحو حملات المقاطعة. وخلصت الدراسة الى نتائج اهمها:

أ. أن النسبة الكبرى من أفراد عينة الدراسة بنسبة (٦٦%) يتابعون القضية الفلسطينية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم.

ب. ان عينة الدراسة تتابع القضية الفلسطينية بشكل دائم عبر موقع فيسبوك.

ت. تصدرت الصفحات الرسمية أهم المصادر التي يتابع من خلالها الأفراد وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة (٦٧.٧%).

ث. اتفق نحو (٩٢%) من أفراد العينة على أن المقاطعة العربية للمنتجات والخدمات التي تدعم إسرائيل أكثر الأحداث الخاصة بالقضية الفلسطينية متابعة؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى.

ج. ان حوالي (٧٧%) من المبحوثين يجدون في وسائل التواصل الاجتماعي فرصة لرفض العدوان الإسرائيلي على الشعب الفلسطيني.

ح. وبالنسبة للتأثيرات المعرفية أكد نحو (٨٩.٣%) من أفراد العينة أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في معرفتهم بأهم قوائم الشركات والمنتجات الداعمة لإسرائيل.

خ. ان مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت على فضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي كدافع للمقاطعة.

٣. دراسة **(العسولي. ٢٠٢١م)**[٢] هدفت الدراسة إلى معرفة أنواع وآليات ترويج وسائل

---

(١) نجلاء محمد حامد حسن، استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بدعم القضية الفلسطينية عبر حملات المقاطعة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، عدد٢٨، ٢٠٢٤م.

(٢) حاتم علي مصطفى العسولي، دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لنصرة قضية القدس، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، م١، عدد٣، ٢٠٢١م.

التواصل الاجتماعي لقضية القدس، والاثر الناتج عن ذلك، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بعينة عمدية قوامها (١٥٠) مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وخلصت الدراسة إلى نتائج أهمها:

أ. أن وسائل التواصل الاجتماعي تروج لقضية القدس في المجال السياسي بنسبة كبيرة.

ب. ضعف ترويج وسائل التواصل الاجتماعي لقضية القدس في المجال الاقتصادي والفكري والثقافي والاجتماعي والعقدي.

ت. أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في حشد وتوجيه الطاقات الشعبية لنصرة قضية القدس.

ث. أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورا مهما وكبيرا في الترويج لقضية القدس.

٤. دراسة **(المدهون. ٢٠١٦م)** [1] هدفت الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية، حيث استخدمت الدراسة أداة الاستبيان بعينة عشوائية عددها (٤٠٠) مبحوثاً، وقد تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الفلسطينية النظامية في قطاع غزة وهي (الأقصى، الإسلامية، الأزهر)، وجاءت نتائج الدراسة كما يلي:

أ. أن موقع فيسبوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بنسبته (٩٨.٢٠%).

ب. تداول الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل كان منخفضاً وليس كافياً، وبنسبة (٥١.٧%).

ت. أن الاهتمام بدعم الحقوق السياسية الفلسطينية من قبل المبحوثين كان كبيراً بنسبة (٦٦.٤%).

ث. ان مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً إيجابياً كبيراً في تعبئة الرأي العام الفلسطيني بما بنسبته (٧٣.٢٠%).

ج. يتأثر الرأي العام بالقضايا التي يتم تداولها بكثافة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي (٧٥.١٠%) من المبحوثين.

حدود الاقتراب من الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة القضية الفلسطينية مع اختلاف المنهج البحثي لكل دراسة. وقد اتفقت الدراسة مع الدراسات السابقة فيما يلي:

أ. وان جمهور المتابعين يتابعون القضية الفلسطينية بشكل دائم ويناصرونها عبر صفحات التواصل الاجتماعي، وهذا واضح من خلال حجم التفاعل الكبير في نتائج هذه الدراسة.

ب. ان صفحات التواصل الاجتماعي نجحت في نشر الفيديوهات والصور الموثقة التي تبرز معاناة الشعب الفلسطيني في ظل الاحتلال. وجاء ذلك بنسبة قليلة في نتائج هذه الدراسة.

ت. ضعف اهتمام صفحات التواصل الاجتماعي في القدس والمسجد الأقصى، وجاء ذلك من

---

(١) محمد إبراهيم المدهون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، م٢٤، عدد٢، ٢٠١٦م.

خلال نتائج هذه الدراسة حيث جئت في المرتبة الثانية.

واختلفت مع الدراسات السابقة في (عينة الدراسة) من حيث الزمان والمكان. كما ان هذه الدراسة ركزت على حدث محدد وهو إغلاق المسجد الأقصى، وعلى صفحة إعلامية متخصصة (الجزيرة – قدس) عبر صفحة الفيسبوك، وهو ما يعطي البحث أهمية علمية ودينية مختلفة.

تاسعاً: النظرية الموجهة للبحث

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام: ومحور هذه النظرية ان الجمهور يعتمد على وسائل الاتصال المتاحة لتكوين أفكاره واراءه [١]، ويرتبط تأثير وسائل الاعلام بهذا التفاعل، فالتوجيه والتسلية والفهم هي الدافع الأساسي للسلوك الإعلامي للفرد، كما استنتج المنظرون ابعاد اعتماد الافراد على وسائل الاعلام، فهناك ابعاد اجتماعية وشخصية أهمها [٢]:

١. الفهم وينقسم الى: فهم ذاتي: ويعني فهم الفرد للمعارف والقيم والمعتقدات الاجتماعية، التي تسهم في خبرته الشخصية. وفهم اجتماعي: وهو فهم الفرد لوظائف المجتمع الذي يعيش فيه، ومعرفة مؤسساته المختلفة.

٢. التوجيه وينقسم الى: توجيه سلوكي: ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيه سلوكي من المجتمع. توجيه تفاعلي: وهو اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة كالتفاعل ومهارات الحوار مع مؤسسات المجتمع وافراده.

٣. التسلية وتنقسم الى: تسلية منعزلة: وتعني رغبة الفرد في الراحة والهدوء والترفيه، والبعد عن ضغوط الحياة اليومية. وتسلية اجتماعية: وهي رغبة الفرد في الترفيه من خلال التفاعل مع الاخرين.

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام: تفترض نظرية الاعتماد انه [٣]:

١. ان زيادة اعتماد الفرد على وسائل الاعلام يأتي حسب أهمية المعلومات والقضايا التي تبثها وسائل الاعلام.

٢. في حال الصراع او التغيير الاجتماعي فان الاعتماد على وسائل الاعلام يصبح مرتفعاً.

٣. اعتماد الافراد على النظام الإعلامي يكون حسب قدرة النظام الاعلامي على تلبية احتياجات الجمهور، وكلما كثرت مصادر المعلومات البديلة قل اعتماد الافراد على وسائل الاعلام.

٤. يختلف افراد الجمهور من حيث اعتمادهم على وسائل الاعلام حسب اختلافهم في الحاجات

---

(١) صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، ط٥ (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م)، ص١٦٣.

(٢) منال وجيه محمد، المعلومات والاتصال النظريات-التطبيقات، (مكتبة الرشد ناشرون ٢٠١٤م)، ص١٤٧،١٤٦.

(٣) ينظر كل من:

- **صالح خليل أبو إصبع، مصدر سابق ص١٦٣.**
- **مؤمن جبر، واخرون، تطبيقات نظريات الاتصال الاجتماعي، (القاهرة: المكتب المصري للتوزيع، ٢٠١٦م) ص٧٢.**
- **علاء نجاح نوري، المعرفة السياسية في الإذاعات الدولية الموجهة (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م) ص٣٧.**

الفردية والاهداف والمصالح.

٥. ان توفير النظم الإعلامية للخدمات المعلوماتية الأساسية والمميزة تزيد من إمكانية تحقيق الرسالة الإعلامية للتأثيرات العاطفية والمعرفية.

ومن الممكن تطبيق هذه النظرية على مواقع التواصل الاجتماعي، لما تمتلكه تلك المواقع من سهولة التفاعل وسرعة الحصول على الاخبار.

المبحث الثاني: التغطيات الإعلامية في وسائل التواصل الاجتماعي

أولاً: **مفهوم التغطية الإعلامية:**

تُعرَّف التغطية الإعلامية بأنها عملية نقل الاحداث والوقائع وعرضها في الوسيلة الإعلامية [١]، بنقل الأحداث والوقائع إلى الجمهور، من خلال صياغة الأخبار وتقديمها الى وفق معايير مهنية وسياسات تحريرية معينة. وفي تطور وسائل الاعلام وظهور الإعلام الرقمي لم تعد التغطية مقتصرة على النقل فقط، بل أصبحت عملية تفاعلية مباشرة بين الجمهور ووسائل الاعلام.

ثانياً: الإعلام الرقمي:

هو اعلام متعدد الاشكال والوسائط، يعتمد بشكل أساس على شبكة الانترنت، وعلى تحويل وسائل الاعلام التقليدي الى وسائل الكترونية مع تميزه عن الاعلام التقليدي بخصائص، مثل الحرية الواسعة والتفاعل والشمول والتنوع [٢]. وقد اعطى دورا فاعلا لجمهور المتابعين في انتاج وتداول المحتوى عبر المنصات المختلفة مثل فيسبوك وغيرها من المنصات.

ثالثاً: مواقع التواصل الاجتماعي:

تطلق مواقع التواصل الاجتماعي على "مجموعة الشبكات الافتراضية الموجودة على شبكة الانترنت، حيث تمكن الجماهير من التواصل مع الاخرين، وتبادل النقاشات حول الموضوعات الأساسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وتختلف طبيعتها من شبكة لأخرى، فبينما توجد بعض الشبكات التي تتيح إمكانية التعرف على الأصدقاء وتكوين الصداقات عبر العالم فأن الأخرى بإمكانها ارفاق ملفات الفيديو المصورة حول الموضوعات المختلفة، ليتبادل الافراد الحديث والتعليقات والنقاشات حولها على نطاق واسع"[٣]. وقد كونت مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار بصورة لا تصدق ويتزايد أعضائها بشكل سريع ومستمر، حيث يقدر "بمئات الملايين في جميع انحاء العالم، ويقضي العديد من الشباب والمراهقين في الشبكات الاجتماعية وقتا طويلا في التفاعل مع بعضهم البعض مما يساعد على نشوء مجتمعات شبكية ضخمة للغاية ونشاط اعلامي لاحد له"[٤].

رابعاً: خصائص مواقع التواصل:

---

(١) Williamson, Daniel R., News Gathering, New York: Hastings House Publishers, 1979. P31.

(٢) رضا عبدالواجد امين، الاعلام الجديد (عمان: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص١٠٨.

(٣) علي خليل شقرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص٥٣.

(٤) اياد هلال الدليمي، نظام الإتصال والإعلام الدولي (بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م)، ص١٥٢.

ان مواقع التواصل تتخذ اشكالاً متعددة، وتتمتع بخصائص وسمات مختلفة منها [١]:

١. **التفاعلية:** ان عملية الاتصال في شبكات التواصل الاجتماعي تقوم على الاتصال الأطراف، حيث يتم من خلاله تبادل الأدوار، ليصبح لكل طرف القدرة على التعبير بحرية، وذلك للتأثير على عملية الاتصال في المكان والزمان الذي يناسبه.
٢. **التكامل:** ان شبكات التواصل تمثل ساحة اتصالية تجمع بين أنظمة الاتصال والوسائل الاتصالية المختلفة، توفر للمتلقي خيارات عديدة في منظومة واحدة وإطار متكامل. وهذا يتيح للمتلقي التعرض للمواد الإعلامية التي يريدها، وارسالها للأخرين أيضا.
٣. **تجاوز الحدود الثقافية:** حيث سقطت الحواجز الثقافية بين أطرافها، وتميزت المجالات الاتصالية بالعالمية.
٤. **تجاوز حدود المكان والزمان:** ان تطور تكنولوجيا الاتصال في أجهزة المحمول سهلة (الحمل)، وفر عنصر المرونة والتفاعل مهما تباعدت المسافات بين الافراد في عملية الاتصال.
٥. **قوة التأثير:** ان ما تحتويه مواقع التواصل من سرعة الوصول وكثافة الانتشار وقوة التأثير أصبحت لغة العصر واكتسحت هذه اللغة التقنية الجديدة جميع لغات العالم.
٦. **الاتصال السريع:** ان نقل الاخبار والمعلومات يتم بسرعة فائقة عن طريق الشبكات الاجتماعية المختلفة في نفس الوقت.
٧. **النشر من قبل المواطنين:** حيث ظهر مصطلح (المواطن الصحفي) الذي يمكن ان ينشر ويشارك المحتوى عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي.
٨. **غياب الرقيب او حارس البوابة:** فشبكات التوصل الاجتماعي لا تخضع لأي رادع او ضابط، ولا اراعي خصوصية المجتمع والفرد.

خامساً: منصة الفيسبوك: على الرغم من ان فكرة انشاء الفيسبوك كانت لا تتعدى الترفيه والتسلية بين طلاب جامعة هارفد، الا انها أصبح من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي، وقد حقق انتشاراً ونجاحاً قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، حيث يشكل المشتركون فيه مجتمعاً افتراضياً أكثر راحة وسهولة من المجتمعات الحقيقية، ولا يشعر المشترك في هذا الموقع بضغوطات او صعوبات، كما يشعر في المجتمع الحقيقي، ويعتبر الشباب هم أكثر الفئات استخداماً للفيسبوك، كما انه يوفر للمستخدم استخدام الوسائط المتعددة (فيديو، صور)[٢]، وهذا المحتوى الإعلامي (فيديو، صور) كان "عامل نجاحٍ في الاعلام التقليدي وما زال عامل نجاح في الاعلام الالكتروني"[٣]، كما انه يتيح النشر الفوري للخبار والاحداث والتفاعل مع المشتركين.

---

(١) علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والاخلاقيات المفروضة، (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، ٢٠٢٠م)، ص٤٦،٤٥.

(٢) ينظر كل من:

- **رضا امين، مصدر سابق، ص١١٣.**
- **وسام فاضل راضي ، واخرون، الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، (بيروت: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م) ص١٩٩،١٩٨.**

(٣) ياس خضير البياتي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديد، (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ٢٠١٤م)، ص٣٩٨.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية

يستهدف هذا المبحث عرض وتصنيف البيانات الكمية والكيفية المستخلصة من عملية تحليل المضمون الشامل لصفحة "الجزيرة - قدس" عبر منصة "فيسبوك"، خلال فترة إغلاق المسجد الأقصى المبارك التي امتدت لأربعين يوماً. ويسعى الباحث من خلال القراءة الإحصائية للجداول التكرارية والنسب المئوية إلى تفكيك بنية الخطاب الإعلامي للشبكة، مستنداً إلى مستويين رئيسين في أطر التغطية: محور "ماذا قيل" (والذي يعنى بالموضوعات والقضايا، والاتجاهات، والمصادر)، ومحور "كيف قيل" (والذي يركز على الفنون الصحفية الرقمية، وعناصر الإبراز البصري والتفاعلي، والأنماط الصورية المستعملة لتقديم الحدث للجمهور الرقمي).

أولاً: فئات المواضيع الرئيسة لمحور موضوع الاتصال (ماذا قيل) ويتضمن:

الفئات الرئيسة	التكرار	النسبة	المرتبة
الإجراءات والانتهاكات الإسرائيلية المصاحبة للإغلاق	٦٠٦	%٥٤.٢٠	الأولى
المواقف السياسية والعسكرية (العربية، الإسلامية، والدولية) المصاحبة للإغلاق	٣٢٨	%٢٩.٣٤	الثانية
ردود الفعل والمقاومة الفلسطينية داخل القدس (الميدانية)	١٠٧	%٩.٥٧	الثالثة
التداعيات والآثار (الدينية، والسياسية، والاجتماعية)	٧٧	%٦.٨٩	الرابعة
المجموع	١.١١٨	%١٠٠	---

يوضح جدول رقم (١) فئات المواضيع الرئيسة لمحور موضوع الاتصال (ماذا قيل) التي جرى تناولها في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك. حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (الإجراءات والانتهاكات الإسرائيلية المصاحبة للإغلاق) بنسبة ٥٤.٢٠%، وفي المرتبة الثانية (فئة المواقف السياسية والدبلوماسية العربية، الإسلامية، والدولية) المصاحبة للإغلاق بنسبة ٢٩.٣٤%، وفي المرتبة الثالثة (ردود الفعل والمقاومة الفلسطينية داخل القدس الميدانية) بنسبة ٩.٥٧%، وفي المرتبة الرابعة فئة (التداعيات والآثار الدينية، والسياسية، والاجتماعية) بنسبة ٦.٨٩.

١) فئات موضوعات الإجراءات والانتهاكات الإسرائيلية المصاحبة للإغلاق التي جرى تناولها في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
أشكال المنع والحظر (منع دخول المصلين، منع دخول موظفي المسجد الاقصى).	٢٨٥	%٤٧.٠٣	الأولى
اقتحام المدن والاحياء الفلسطينية القريبة من المسجد الاقصى (اغلاق المحال التجارية، حظر تجوال).	١٥٥	%٢٥.٥٨	الثانية
الاعتداءات الجسدية (الضرب، الاعتقال، القتل، إطلاق قنابل الغاز والرصاص المطاطي).	١١٨	%١٩.٤٧	الثالثة
تدنيس باحات ومصليات المسجد الأقصى (متطرفين يهود، قوات عسكرية إسرائيلية).	٤٨	%٧.٩٢	الرابعة
المجموع	٦٠٦	%١٠٠	---

جدول رقم (٢) يوضح فئات موضوعات الإجراءات والانتهاكات الإسرائيلية المصاحبة للإغلاق التي جرى تناولها في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على

فيسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (أشكال المنع والحظر، منع دخول المصلين، منع دخول موظفي المسجد الاقصى) بنسبة ٤٧.٠٣%، وفي المرتبة الثانية (فئة اقتحام المدن والاحياء الفلسطينية القريبة من المسجد الاقصى اغلاق المحال التجارية، حظر تجوال) بنسبة ٢٥.٥٨%، وفي المرتبة الثالثة (الاعتداءات الجسدية الضرب، الاعتقال، القتل، إطلاق قنابل الغاز والرصاص المطاطي) بنسبة ١٩.٧٤%، وفي المرتبة الرابعة فئة (تدنيس باحات ومصليات المسجد الأقصى متطرفين يهود، قوات عسكرية إسرائيلية) بنسبة ٧.٩٢%.

فئات موضوعات المواقف السياسية والدبلوماسية (العربية، الإسلامية، والدولية) التي جرى تناولها في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
مواقف عسكرية ضد الاحتلال (قصف المدن الإسرائيلية جراء الحرب مع إيران تزامناً مع اغلاق المسجد الاقصى).	٢٨٠	%٨٥.٣٧	الأولى
مواقف الشارع العربي والإسلامي (المسيرات الشعبية، حملات التضامن الرقمية، الادانات).	٣٣	%١٠.٠٦	الثانية
المواقف الدولية والمنظمات الأممية (بيانات الأمم المتحدة، اليونسكو، مواقف الدول الغربية).	١٥	%٤.٥٧	الثالثة
المجموع	٣٢٨	%١٠٠	---

جدول رقم (٣) يوضح فئات موضوعات المواقف السياسية والدبلوماسية (العربية، الإسلامية، والدولية) التي جرى تناولها في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة - قدس على فيسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (مواقف الشارع العربي والإسلامي المسيرات الشعبية، حملات التضامن الرقمية) بنسبة ٢٢.٤٤%، وفي المرتبة الثانية فئة (مواقف وبيانات فصائل المقاومة الفلسطينية) بنسبة ٢٢.٤٤%، وفي المرتبة الثالثة (المواقف الرسمية العربية والإسلامية الإدانات، التحركات، دور الوصاية الهاشمية) بنسبة ٢٠.٠٠%، وفي المرتبة الرابعة فئة (المواقف الدولية والمنظمات الأممية بيانات الأمم المتحدة، اليونسكو، مواقف الدول الغربية) بنسبة ١٦.١٠%، وفي المرتبة الخامسة فئة (المواقف والتحركات الدبلوماسية للسلطة الفلسطينية) بنسبة ١٣.١٧%.

٢) فئات موضوعات ردود الافعال الفلسطينية داخل القدس التي جرى تناولها في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
الصلوات والاعتصامات عند أبواب الأقصى وخارج أسواره (مثل باب الأسباط).	٤٩	%٤٥.٨٠	الأولى
صمود المرابطين والمرابطات وتوثيق شهاداتهم الحية.	٣٢	%٢٩.٩١	الثانية
دعوات النفير العام وتظاهرات الداخل المحتل والضفة الغربية إسناداً للقدس.	٢٦	%٢٤.٢٩	الثالثة
المجموع	١٠٧	%١٠٠	---

جدول رقم (٤) يوضح فئات موضوعات ردود الفعل والمقاومة الفلسطينية داخل القدس التي جرى تناولها في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (الصلوات والاعتصامات عند أبواب الأقصى وخارج أسواره مثل باب الأسباط) بنسبة ٤٥.٨٠%، وفي المرتبة الثانية فئة (صمود المرابطين والمرابطات

وتوثيق شهاداتهم الحية) بنسبة ٢٩.٩١%، وفي المرتبة الثالثة فئة (دعوات النفير العام وتظاهرات الداخل المحتل والضفة الغربية إسناداً للقدس) بنسبة ٢٤.٢٩%.

٣) فئات موضوعات التداعيات والآثار الدينية، والسياسية، والاجتماعية التي جرى تناولها في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
الأثر الديني والنفسي المترتب على حرمان المسلمين من الصلاة في الأقصى.	٢٥	%٣٢.٤٧	الأولى
الآثار الاجتماعية والاقتصادية على المجتمع المقدسي (الحصار والتضييق).	٢٣	%٢٩.٨٧	الثانية
الآثار القانونية والتاريخية ومحاولات تغيير الوضع القائم (التقسيم الزماني والمكاني).	١٥	%١٩.٤٨	الثالثة
التحذير من اندلاع انتفاضة جديدة أو تصعيد عسكري شامل (انفجار الأوضاع).	١٤	%١٨.١٨	الرابعة
المجموع	٧٧	%١٠٠	---

جدول رقم (٥) يوضح فئات موضوعات التداعيات والآثار الدينية، والسياسية، والاجتماعية التي جرى تناولها في التغطية الإعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (الأثر الديني والنفسي المترتب على حرمان المسلمين من الصلاة في الأقصى) بنسبة ٣٢.٤٧%، وفي المرتبة الثانية فئة (الآثار الاجتماعية والاقتصادية على المجتمع المقدسي الحصار والتضييق) بنسبة ٢٩.٨٧%، وفي المرتبة الثالثة فئة (الآثار القانونية والتاريخية ومحاولات تغيير الوضع القائم التقسيم الزماني والمكاني) بنسبة ١٩.٤٨%، وفي المرتبة الرابعة فئة (التحذير من اندلاع انتفاضة جديدة أو تصعيد عسكري شامل انفجار الأوضاع) بنسبة ١٨.١٨%.

ثالثاً: فئات نوع التغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك من حيث قالب المعالجة الصحفية

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
التغطية الإخبارية الآنية (التسجيلية)	٤٥٢	%٤٩.٤٠	الأولى
التغطية التعبوية والتحفيزية (النفير العام)	٢٢٢	%٢٤.٢٦	الثانية
التغطية التفسيرية والتحليلية	٨٠	%٨.٧٤	الثالثة
التغطية الإنسانية والقصصية	٦٤	%٧.٠٠	الرابعة
التغطية التفاعلية (جمهور الصفحة)	٤١	%٤.٤٩	الخامسة
التغطية الاستقصائية وكشف التزييف	٣١	%٣.٣٨	السادسة
التغطية التوثيقية (التاريخية والقانونية)	٢٥	%٢.٧٣	السابعة
المجموع الكلي	٩١٥	%١٠٠	---

جدول رقم (٦) يوضح فئات نوع التغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك من حيث قالب المعالجة الصحفية حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (التغطية الإخبارية الآنية التسجيلية) بنسبة ٤٩.٤٠%، وفي المرتبة الثانية فئة (التغطية التعبوية والتحفيزية (النفير العام) بنسبة ٢٤.٢٦%، وفي المرتبة الثالثة فئة (التغطية التفسيرية والتحليلية) بنسبة ٨.٧٤%، وفي المرتبة الرابعة فئة (التغطية الإنسانية والقصصية) بنسبة ٧.٠٠%، وفي

المرتبة الخامسة فئة (التغطية التفاعلية جمهور الصفحة) بنسبة ٤.٤٩%، وفي المرتبة السادسة فئة (التغطية الاستقصائية وكشف التزييف) بنسبة ٣.٣٨%، وفي المرتبة السابعة فئة (التغطية التوثيقية التاريخية والقانونية) بنسبة ٢.٧٣%.

رابعا: فئات اتجاه التغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
اتجاه تعبوي وتضامني (حاشد)	٤٦٢	%٤١.٣٢	الأولى
اتجاه متوازن يميل للتأييد (متأرجح مائل)	٢٤٥	%٢١.٩١	الثانية
اتجاه محايد ومتوازن (نقل الحقائق المجردة)	١٨٦	%١٦.٦٤	الثالثة
اتجاه إيجابي عام (تأييد الصمود المطلق)	١٧٧	%١٥.٨٣	الرابعة
اتجاه سلبي عام (رصد ومهاجمة انتهاكات الاحتلال)	٤٨	%٤.٣٠	الخامسة
المجموع الكلي	١.١١٨	%١٠٠	---

جدول رقم (٧) يوضح فئات اتجاه التغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (اتجاه تعبوي وتضامني حاشد) بنسبة ٤١.٣٢%، وفي المرتبة الثانية فئة (اتجاه متوازن يميل للتأييد متأرجح مائل) بنسبة ٢١.٩١%، وفي المرتبة الثالثة فئة (اتجاه محايد ومتوازن نقل الحقائق المجردة) بنسبة ١٦.٦٤%، وفي المرتبة الرابعة فئة (اتجاه إيجابي عام تأييد الصمود المطلق) بنسبة ١٥.٨٣%، وفي المرتبة الخامسة فئة (اتجاه سلبي عام رصد ومهاجمة انتهاكات الاحتلال) بنسبة ٤.٣٠%.

خامساً: فئات مصادر التغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
مراسلو الشبكة ومندوبوها الميدانيون	٦٢٤	%٥٥.٨١	الأولى
منصات التواصل الاجتماعي والحسابات الشخصية	٢٢٠	%١٩.٦٨	الثانية
وسائل الإعلام العبرية (المصادر الإسرائيلية)	١٠٤	%٩.٣٠	الثالثة
وكالات الأنباء العالمية والعربية	٨٨	%٧.٨٧	الرابعة
شهود العيان والمقدسيون في الميدان	٦٢	%٥.٥٥	الخامسة
الهيئات الدينية والأوقاف الإسلامية بالقدس	٢٠	%١.٧٩	السادسة
المجموع الكلي	١.١١٨	%١٠٠	---

جدول رقم (٨) يوضح فئات مصادر التغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (مراسلو الشبكة ومندوبوها الميدانيون) بنسبة ٥٥.٨١%، وفي المرتبة الثانية فئة (منصات التواصل الاجتماعي والحسابات الشخصية) بنسبة ١٩.٦٨%، وفي المرتبة الثالثة (وسائل الإعلام العبرية المصادر الإسرائيلية) بنسبة ٩.٣٠%، وفي المرتبة الرابعة فئة (وكالات الأنباء العالمية والعربية) بنسبة ٧.٨٧%، وفي المرتبة الخامسة فئة (شهود العيان والمقدسيون في الميدان) بنسبة ٥.٥٥%، وفي المرتبة السادسة فئة (الهيئات الدينية والأوقاف الإسلامية بالقدس) بنسبة ١.٧٩%.

فئات كيف قيل؟

أولاً: فئات الفنون والأشكال المصاحبة للتغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
المقاطع المرئية القصيرة (Reels)	٥٧٨	%51.70	الأولى
الصور الفوتوغرافية	٣٣٠	%29.52	الثانية
التقرير المصور/ الفيديو الإخباري	٧٨	%٦.٩٨	الثالثة
الانفوغراف (Infographic)	٦٣	%٥.٦٣	الرابعة
المنشورات النصية	٣٦	%٣.٢٢	الخامسة
البث المباشر (Facebook Live)	٣٣	%٢.٩٥	السادسة
المجموع الكلي	1.118	%١٠٠	---

جدول رقم (٩) يوضح فئات الفنون والأشكال المصاحبة للتغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (المقاطع المرئية القصيرة Reels) بنسبة ٥١.٧٠%، وفي المرتبة الثانية فئة (الصور الفوتوغرافية المفردة) بنسبة ٢٩.٥٢%، وفي المرتبة الثالثة فئة (التقرير المصور/ الفيديو الإخباري) بنسبة ٦.٩٨%، وفي المرتبة الرابعة فئة (الانفوغراف Infographic) بنسبة ٥.٦٣%، وفي المرتبة الخامسة فئة (المنشورات النصية) بنسبة ٣.٢٢%، وفي المرتبة السادسة فئة (البث المباشر Facebook Live) بنسبة ٢.٩٥%.

ثانيا: فئات عناصر الابراز المصاحبة للتغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
الإبراز بالوسوم النشطة (Hashtags)	٩٨	%٣٥.٦٤	الأولى
الإبراز بالتفاعلات والمشاركات والتعليقات العالية	٦٢	%٢٢.٥٥	الثانية
الإبراز بخاصية "تثبيت المنشور" (Pinned Post)	٣٥	%١٢.٧٣	الثالثة
الإبراز بعلامة البث المباشر الحمراء (LIVE)	٣٣	%١٢.٠٠	الرابعة
الإبراز بالألوان وحجم الخط في المانشيت	٢٤	%٨.٧٢	الخامسة
الإبراز بالوسائط الفوقية المصاحبة (الغرافيك المتحرك)	٢٣	%٨.٣٦	السادسة
المجموع الكلي	٢٧٥	%١٠٠	---

جدول رقم (١٠) يوضح فئات عناصر الابراز المصاحبة للتغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (الإبراز بالوسوم النشطة Hashtags) بنسبة ٣٥.٦٤%، وفي المرتبة الثانية فئة (الإبراز بالتفاعلات والمشاركات والتعليقات العالية) بنسبة ٢٢.٥٥% فئة (الإبراز بالأيقونات والرموز التعبيرية Emojis) بنسبة ٢٢.٥٥%، وفي المرتبة الثالثة فئة (الإبراز بخاصية "تثبيت المنشور" Pinned Post) بنسبة ١٢.٧٣%، وفي المرتبة الرابعة فئة (الإبراز بعلامة البث المباشر الحمراء LIVE) بنسبة ١٢.٠٠%، وفي المرتبة الخامسة فئة (الإبراز بالألوان وحجم الخط في المانشيت) بنسبة ٨.٧٢%، وفي المرتبة السادسة فئة (الإبراز بالوسائط الفوقية المصاحبة الغرافيك المتحرك) بنسبة ٨.٣٦%.

ثالثا: فئات أنواع الصور المستخدمة في التغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك

الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	المرتبة
صور الانتهاكات والاعتداءات العسكرية	٣٢١	%٥١.٤٤	الأولى
صور الصمود والمقاومة الشعبية	٨١	%١٢.٩٨	الثانية
صور الاعتقال والإبعاد للمقدسيين	٧٨	%١٢.٥٠	الثالثة
صور المعاناة الإنسانية والوجدانّية	٤٨	%٧.٦٩	الرابعة
صور البورتريه الشخصية (الشخصيات الفاعلة)	٣٨	%٦.٠٩	الخامسة
صور دمار المعالم والتخريب المادي	٣٣	%٥.٢٩	السادسة
الصور التعبيرية الجاهزة والأرشيفية	٢٥	%٤.٠١	السابعة
المجموع الكلي	٦٢٤	%١٠٠	---

جدول رقم (١١) يوضح فئات أنواع الصور المستخدمة في التغطية الاعلامية لإغلاق المسجد الأقصى عبر صفحة الجزيرة -قدس على فيسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة (صور الانتهاكات والاعتداءات العسكرية) بنسبة ٥١.٤٤%، وفي المرتبة الثانية فئة (صور الصمود والمقاومة الشعبية) بنسبة ١٢.٩٨%، وفي المرتبة الثالثة فئة (صور الاعتقال والإبعاد للمقدسيين) بنسبة ١٢.٥٠%، وفي المرتبة الرابعة فئة (صور المعاناة الإنسانية والوجدانّية) بنسبة ٧.٦٩%، وفي المرتبة الخامسة فئة صور البورتريه الشخصية الشخصيات الفاعلة) بنسبة ٦.٠٩%، وفي المرتبة السادسة فئة (صور دمار المعالم والتخريب المادي) بنسبة ٥.٢٩%، وفي المرتبة السابعة فئة (الصور التعبيرية الجاهزة والأرشيفية) بنسبة ٤.٠١%.

النتائج العامة:

١) أظهرت النتائج اهتماماً من صفحة "الجزيرة - قدس" بقضية إغلاق المسجد الأقصى، حيث تصدرت فئة "الانتهاكات والإجراءات الإسرائيلية" المضمون العام بنسبة (٥٤.٢٠%).
٢) كشفت الدراسة عن هيمنة واضحة للأبعاد العسكرية الإقليمية المزامنة للحدث (بنسبة ٨٥.٣٧% من فئة المواقف)، نتيجة ارتكاز التغطية على تداعيات القصف المتبادل بين الاحتلال وإيران وتأثيراته المباشرة على ساحة القدس.
٣) بينت النتائج أن "الصلوات والاعتصامات الميدانية عند أسوار الأقصى" شكلت الأداة الأساسية الكبرى لردود الفعل الشعبية الموثقة رقمياً بنسبة (٤٥.٨٠%).
٤) أثبتت الدراسة مواكبة الصفحة الكاملة لاشتراطات البيئة الرقمية التفاعلية من خلال اعتمادها على "المقاطع المرئية القصيرة (Reels)" كقالب نشر أساسي بنسبة (٥١.٧٠%).
٥) أظهرت النتائج رصانة شبكة الجزيرة واعتمادها على أدواتها المهنية المستقلة؛ إذ شكل "المراسلون والمندوبون الميدانيون" المصدر الأول للمعلومات بنسبة (٥٥.٨١%).

الاستنتاجات

١. نستنتج أن الخطاب الإعلامي لصفحة "الجزيرة - قدس" عبر فيسبوك لم يكن خطاباً محايداً مجرداً، بل هو خطاب تضامني موجّه وتعبوي حاشد ينحاز بصورة مطلقة للقضية الفلسطينية ويدعم صمود المجتمع المقدسي في مواجهة الاحتلال.

٢. يتضح أن الأزمات الإقليمية الكبرى (مثل الصراع العسكري الإسرائيلي-الإيراني) تؤدي دوراً راديكالياً في "إعادة ترتيب أولويات الأجندة الإعلامية الإخبارية"، حتى ضمن المنصات المتخصصة بقضية محددة كالقدس.
٣. يعكس الاستخدام المكثف لفنون الفيديو القصير (Reels) والوسوم النشطة وعي القائم بالاتصال بالتحولات السلوكية للجمهور الرقمي، وتخليه عن قوالب النصوص الطويلة لصالح الصور والمقاطع البصرية التفاعلية والمحفزة سريعة الاستهلاك.
٤. يؤكد تفوق صور الاعتداءات العسكرية المباشرة (٥١.٤٤%) في مشهد الخطاب البصري على اعتماد استراتيجية "استثارة العواطف والعدالة الإنسانية" وتوثيق الإدانة البصرية للاحتلال دولياً ومحلياً.

التوصيات

١- تركيز الأجندة التحريرية للمنصات المتخصصة: توصي الدراسة بضرورة الحفاظ على التخصص الموضوعي للمنصات النوعية (مثل صفحة الجزيرة - قدس)، بحيث يتم تكثيف التركيز على أحداث القدس الجوهرية كـ (إغلاق المسجد الأقصى)، وترحيل القضايا السياسية أو العسكرية الإقليمية العامة إلى الحسابات والمنصات الإخبارية العامة للشبكة الأم، منعاً لذوبان القضية الأساسية وسط الأزمات الطارئة.
٢- محاكاة النماذج الرقمية الناجحة عربياً: حث المؤسسات الإعلامية والفضائيات العربية على تكرار وبناء منصات رقمية تفاعلية متخصصة ومستقلة تُعنى بشؤون القدس والمسجد الأقصى على غرار نموذج "الجزيرة -قدس"؛ لضمان تدفق معلوماتي مستدام وقادر على فضح ممارسات الاحتلال العنصرية أمام الرأي العام.
٣- تطوير التنوع القالبي والعمق التوثيقي: ضرورة الارتقاء بمستوى المعالجة الصحفية عبر زيادة مساحة التغطيات "التفسيرية، والتوثيقية القانونية، والاستقصائية"، وعدم الارتهان الكلي للتغطيات الإخبارية الآنية العاجلة، لتمكين المتابع الرقمي من فهم الخلفيات التاريخية والقانونية لانتهاكات الاحتلال ومخططاته التقسيمية.
٤- تفعيل صحافة المواطن وبناء الرواية من الداخل: الاستثمار المهني والتقني الأمثل لخصائص البيئة التفاعلية على منصات التواصل الاجتماعي، من خلال إتاحة مساحات أوسع لـ "المحتوى المنتج من قبل المستخدم (UGC)"، وتدريب المقدسيين على توظيف تقنيات التحقق الرقمي الحديثة لنقل الشهادات والوقائع الحية، بما يسهم في تفنيد الدعاية الصهيونية المضللة.
٥- توسيع دائرة البحوث الإعلامية الدينية: توصي الدراسة مراكز الأبحاث وكليات الإعلام بإجراء المزيد من الدراسات الأكاديمية (التحليلية والميدانية) التي تتبع وتُقوّم الأداء الإعلامي للمنصات الرقمية تجاه القضايا الدينية والمقدسات الإسلامية، وعلى رأسها القضية الفلسطينية، بهدف رصد فجوات التغطية وتقويم الخلل الإتصالي إن وُجد.

المصادر والمراجع:

١) إياد هلال الدليمي، نظام الإتصال والإعلام الدولي (بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م).
٢) بركات عبد العزيز، أسس مناهج البحث الإعلامي (القاهرة: العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م).

٣) حاتم علي مصطفى العسولي، دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لنصرة قضية القدس، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، المجلد (١)، العدد (٣)، ٢٠٢١م.
٤) ذوقان عبيدات، وأخرون، مناهج البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، ط١٧ (عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون، ٢٠١٥م).
٥) رضا عبدالواجد أمين، الإعلام الجديد (عمان: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
٦) سمير محمد حسين، تحليل المضمون: تعريفاته، مفاهيمه، محدداته، ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٦م).
٧) صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط٥ (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م).
٨) علاء نجاح نوري، المعرفة السياسية في الإذاعات الدولية الموجهة (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
٩) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
١٠) علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، ٢٠٢٠م).
١١) قاسم مصطفى عبد الله المعيني، تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لتطورات القضية الفلسطينية عملية طوفان الأقصى ودورها في تفعيل نشاطات الاغاثة والدعم الإنساني موقع فيس بوك ميتا أنموذجا، مجلة المنصور، عدد (٤٢)، ٢٠٢٥م.
١٢) محمد إبراهيم المدهون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، المجلد (٢٤)، العدد (٢)، ٢٠١٦م.
١٣) منال وجيه محمد، المعلومات والاتصال: النظريات والتطبيقات (الرياض: مكتبة الرشد ناشرون، ٢٠١٤م).
١٤) مؤمن جبر، وأخرون، تطبيقات نظريات الاتصال الاجتماعي (القاهرة: المكتب المصري للتوزيع، ٢٠١٦م).
١٥) نجلاء محمد حامد حسن، استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بدعم القضية الفلسطينية عبر حملات المقاطعة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، عدد (٢٨)، ٢٠٢٤م.
١٦) وسام فاضل راضي، وأخرون، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة (بيروت: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م).
١٧) ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ٢٠١٤م).
Williamson, Daniel R., News Gathering, New York: Hastings House Publishers, 1979.
صفحة "الجزيرة - قدس" على منصة فيسبوك، رابط الدليل ومعلومات الخصوصية، تاريخ الزيارة: ٢٠٢٦/٤/١٠م، متاح على: https://www.facebook.com/AljazeeraQuds/directory_privacy_and_legal_info

1) Alaa Najah Nouri, Political Knowledge in Directed International Radio Stations (Amman: Dar Ghaida for Publishing and Distribution, 2020).
2) Ali Khalil Shaqra, New Media: Social Networks (Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2014).
3) Ali Sayed Ismail, Social Media Sites between Rejected Behaviors and Imposed Ethics (Alexandria: Dar Al-Taleem Al-Jami'i, 2020).
4) Ayad Hilal Al-Dulaimi, The International Communication and Media System (Beirut: Dar Al-Nahda Al-Arabiya for Publishing and Distribution, 2013).
5) Barakat Abdul Aziz, Foundations of Media Research Methodologies (Cairo: Al-Alamiya for Publishing and Distribution, 2012).
6) Hatem Ali Mustafa Al-Asouli, "The Role of Social Media in Promoting Support for the Cause of Jerusalem," Ibn Khaldon Journal for Studies and Research, Vol. 1, No. 3 (2021).
7) Manal Wajeeh Mohamed, Information and Communication: Theories and Applications (Riyadh: Maktabat Al-Roshd Publishers, 2014).
8) Mohamed Ibrahim Al-Madhoun, "The Role of Social Media in Mobilizing Palestinian Public Opinion to Support Their Political Rights," IUI Journal of Humanities Research, Vol. 24, No. 2 (2016).
9) Momen Jabor, et al., Applications of Social Communication Theories (Cairo: Al-Maktab Al-Masri for Distribution, 2016).
10) Naglaa Mohamed Hamed Hassan, "Public Use of Social Media and Its Relationship to Supporting the Palestinian Cause Through Boycott Campaigns," The Scientific Journal of Radio and Television Research, No. 28 (2024).
11) Qasim Mustafa Abdullah Al-Muaini, "Social Media Coverage of the Developments of the Palestinian Cause (Operation Al-Aqsa Flood) and Its Role in Activating Relief and Humanitarian Support Activities: Meta-Facebook as a Model," Al-Mansour Journal, No. 42 (2025).
12) Reda Abdel-Wajid Amin, New Media (Amman: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2015).
13) Saleh Khalil Abu Osba, Communication and Media in Contemporary Societies, 5th ed. (Amman: Dar Majdalawi for Publishing and Distribution, 2006).

14) Samir Mohamed Hussein, Content Analysis: Definitions, Concepts, and Determinants, 2nd ed. (Cairo: Alam Al-Kutub, 1996).
15) Thouqan Obaidat, et al., Scientific Research Methods: Concept, Tools, and Styles, 17th ed. (Amman: Dar Al-Fikr Publishers and Distributors, 2015).
16) Wisam Fadel Radi, et al., New Media: Communicative Transformations and Contemporary Visions (Beirut: Dar Al-Kitab Al-Jami'i, 2017).
17) Yas Khudair Al-Bayati, New Media: The New Virtual State (Amman: Dar Al-Bidaya Publishers and Distributors, 2014).