الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة يحي فارس المدية
قسم الإعلام والاتصال

المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر تطبيق الإنستغرام

– دراسة تحليلية لحساب قناة الجزيرة خلال الفترة الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025–

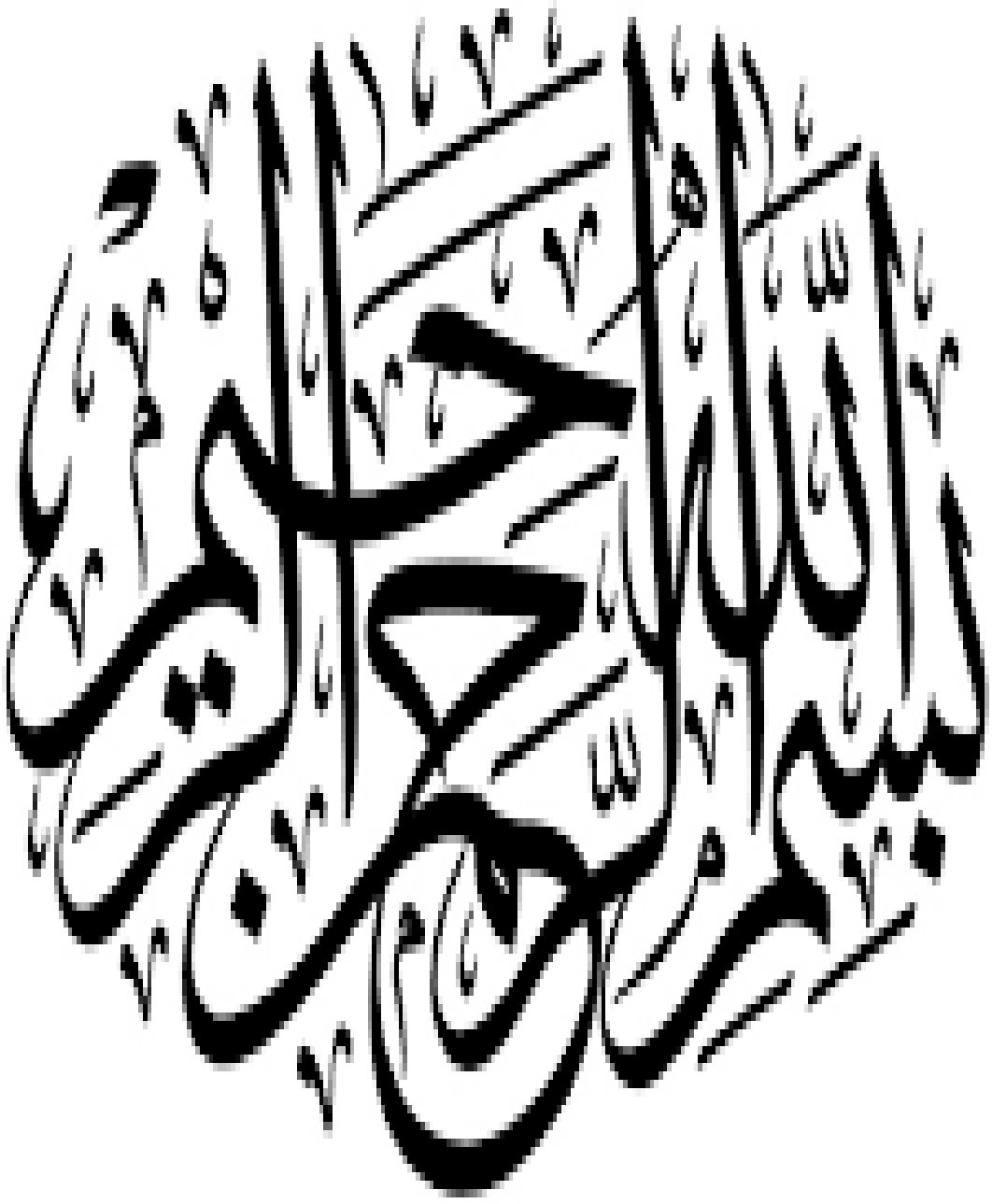
مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: علاقات عامة

إعداد الطالبين:
- سعاد فخار
- عصام قبال

تحت إشـــراف الأستاذ:
- د. فزاني شاكر

السنة الجامعية:2024–2025



الشكر

بسم الله، والصلاة والسلام على رسول الله

الحمد لله الذي وفقنا وأعاننا فبفضله وكرمه تحقق هذا الإنجاز، وتمّت هذا العمل المبارك .

هو سبحانه من يسّر لنا السبل وثبّت فينا العزيمة ووهبنا القوة والصبر

لنصل إلى ما كنّا نطمح إليه.

فله الحمد أولًا وآخرًا، ظاهرًا وباطنًا،

وله الشكر على كل لحظة تعب أثمرت، وكل دعوة استجيبت، وكل حلم أصبح واقعًا.

وصلّى الله وسلّم على نبينا محمد، خير من قال:

"**من لا يشكر الناس لا يشكر الله**".

اقتداءً بقوله عليه الصلاة و السلام فإنه لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدّم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذنا الفاضل **فزاني شاكر**، المشرف الكريم على هذا العمل، الذي لم يدّخر جهدًا في توجيهنا وإرشادنا طيلة فترة إعداد هذا البحث.

لقد كان لاهتمامه الصادق، ومتابعته المستمرة، وملاحظاته الدقيقة، وتوجيهاته السديدة، الأثر البالغ في إنجاح هذا العمل، سواء من الناحية العلمية أو المنهجية.

وإن كلمات الشكر لتقف عاجزة أمام ما بذله من وقت وجهد، وما أظهره من صبر وحكمة، وتفانٍ في المتابعة، برؤية أكاديمية رصينة وخبرة مشهودة.

فلَه منّا كل الشكر والتقدير، ونسأل الله أن يجزيه خير الجزاء، وأن يبارك في علمه وجهده، ويوفّقه في مسيرته الأكاديمية والمهنية، ويجعل عطاؤه المتواصل منارة يهتدي بها طلاب العلم.

الإهداء

{وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ ۚ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ} [هود:88]

أُهدي هذا العمل المتواضع إلى أهلنا الصامدين في **فلسطين**، وإلى أرواح **شهداء غزة** الطاهرة،
عربون وفاء لصمودكم الأسطوري ونضالكم الشريف...
أنتم عنوان العزة في زمن الانكسارات، وراية الكرامة في زمن الألم.

أما بعد...

وأخيرًا... حلّ اليوم المنتظر، وتجسّد حلم الطفولة على أرض الواقع، وانتصرت الإرادة بعد رحلة حافلة بالتعب والصبر والعطاء.

قصة نجاحي سطّرتها بحبر الطموح والعزيمة، وحققتها بفضل الله أولًا، ثم بفضل من منحوني الحب والدعم والقدوة.

أهدي هذا النجاح أولًا...
إلى **نفسي الطموحة** التي، رغم لحظات الضعف، قاومت ونهضت ومضت بعزيمة لا تلين،
وأثبتت أن من قال "أنا لها" نالها.
ها أنا اليوم أضع خاتمة بحث التخرج بكل فخر وهمّة، فالحمد لله على ما مضى وما تحقق.

إلى **روح والدي الحبيب** رحمه الله الذي تمنيت حضوره في هذه اللحظة الفارقة... أُهديك هذا النجاح، الذي هو ثمرة دعائك وجهدك، وستظل حاضرًا في القلب.

إلى **أمي الغالية** التي لم تسمح لليأس أن يعرف طريقه إليّ، وغرست في قلبي الصمود والثبات، ووقفت إلى جانبي في أصعب الظروف... أقول لكِ: نجحت، وهذا النجاح هديّتي لكِ، جزاكِ الله عني خير الجزاء، وأطال الله في عمرك.

إلى أختي الغالية **منيرة** التي كانت لي سندًا في لحظات العسر.
وإلى إخوتي **حسام** و**عبد الرزاق فخار** دمتم لي .

إلى أسرتي الكريمة، وإلى رفيق دربي وزوجي العزيز **محمد حمدان** الذي تحمّل معي عناء الطريق، وكان دومًا الداعم والمشجع... شكرًا على صبرك ووقوفك إلى جانبي.

إلى بناتي العزيزات، نِعْم الرفقة ونور الحياة...

شيراز يا من كنتِ سندي ورفيقة سَهَري وتعب دربي، شكرًا على حبك واهتمامك، كنتِ جزءًا من هذا النجاح ، بل من روحي.

نادين يا قطعة من قلبي غاليتي وابنتي و روحي كنت جزء من نجاحي بصبرك ودعمك لي.

نهلة الأريام صغيرتي الحبيبة يا زهرة القلب أهديكِ هذا النجاح عربون محبتي واعتزازي بك.

إلى أستاذي الفاضل **شاكر فزاني** الذي كان له الفضل في توجيهي ودعمي أكاديميًا، جزاك الله كل خير.

وإلى **جميع الأساتذة** الذين تعلمت على أيديهم ونهلت من علمهم، لكل واحد منكم شكرٌ خاص باسمه ومقامه، حفظكم الله وبارك في عطائكم.

إلى عائلتي الغالية **عائلة فخار** أخصّ بالذكر عمّتي **حكيمة** وعمّي **إلياس** و**الرّشيد** رحمه الله.

إلى زميلي الرائع المحترم المتخلق **عصام قبال** الذي رافقني في أجمل وأصعب لحظات المشوار الجامعي... كل الامتنان لك.

إلى زملائي في العمل:

كشيدة فريد ، بوخاتم بلال، الشاوش حكيم، فرحات رفيق و خليل الشرفي حسان

كنتم دومًا داعمين ومساندين لي في لحظات التعب والانشغال، شكرًا لوجودكم الصادق.

وأخيرًا...

إلى كل من أراد أن يُطفئ نوري ويكسرني... أهديكم فرحة هذا النجاح فهو الدليل

على أن **الأمل لا ينكسر و الإرادة لا تُقهر**.

سعاد فخار

الإهداء

بعد مسيرة دراسية امتدت لسنوات، لم تكن الرحلة سهلة، بل حملت في طياتها الكثير من التحديات والتعب والمشقة، فالحمد لله أولًا وآخرًا شكرًا وحمدًا وامتنانًا على حسن الابتداء وجميل الختام.

إلى من كافح بصمت وشموخ، ليصنع لي طريق النجاح، إلى من أفخر بحمل اسمه،

إلى **والدي العزيز**، أدام الله عليك الصحة والعافية.

وإلى من تحت قدميها الجنة، وسندي بعد الله، من منحتني حبها وعطاءها بلا حدود،

إلى **أمي الغالية**، حفظكِ الله لي وأطال في عمرك، أهديكِ هذا الإنجاز الذي

ما كان ليتحقق لولا تضحياتكِ.

إلى من كانا سندي في هذه الحياة، **أخي وأختي الصغيرة**، شكري وامتناني لكما.

إلى كل أفراد عائلتي الكريمة، **عائلة قبال وبن زيباك**، كلٌّ باسمه

لكم مني أصدق التحايا وأطيب الدعاء.

وإلى صاحب الفضل الكبير في إتمام هذا العمل وتطويره، من وجّهني وأرشدني

أستاذي المشرف الدكتور شاكر فزاني، جزاك الله عني خير الجزاء.

كما أوجه تحية تقدير وامتنان إلى كل **أساتذة قسم الإعلام والاتصال**، على دعمهم وتشجيعهم المتواصل، فلكم ألف تحية وشكر.

وإلى **كل من كان له فضل عليّ** من معلمين وأساتذة في مختلف مراحل حياتي الدراسية، أقول:

جزاكم الله خير الجزاء.

إلى الأصدقاء والزملاء، إلى كل من مدّ لي يد العون، ولو بدعوة في ظهر الغيب، إلى كل من حفظهم قلبي ولم تتسع الكلمات لذكرهم، شكري وامتناني لكم جميعًا.

وفي الختام، أخص بالشكر والعرفان السيدة الفاضلة **سعاد فخار**، التي كانت خير موجّه ونصير لي طيلة سنوات دراستي الجامعية، لكِ مني كل التقدير والاحترام.

عصام قبال

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	رقم الصفحة
الشكر	
الإهداء	
الإهداء	
الملخص	I
Study Summary	I
المقدمة	أ
الإطار المنهجي	
الإشكالية	18
التساؤلات الفرعية	19
أسباب اختيار الدراسة	20
أهمية الدراسة	21
أهداف الدراسة	22
الدراسات السابقة	23
مفاهيم الدراسة	29
منهج الدراسة	32
مجتمع وعينة الدراسة	33
أدوات جمع البيانات	35
مجالات الدراسة	37

الإطار النظري	
الفصل الأول: ماهية تطبيق الإنستغرام	
تمهيد	41
المبحث الأول: تطبيق إنستغرام – النشأة	42
المطلب الأول: مفهوم إنستغرام	43
المطلب الثاني: نشأة تطبيق إنستغرام	44
المطلب الثالث: أسباب استخدام إنستغرام	47
المبحث الثاني: إنستغرام وطرق استخدامه	48
المطلب الأول: أدوات إنستغرام	49
المطلب الثاني: مميزات إنستغرام	55
المطلب الثالث: سلبيات إنستغرام	56
خلاصة الفصل	57
الفصل الثاني: المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى	
تمهيد	59
المبحث الأول: لمحة عن معركة طوفان الأقصى	60
المطلب الأول: تعريف وخلفيات معركة طوفان الأقصى	60
المطلب الثاني: أسباب ودوافع عملية طوفان الأقصى	64
المطلب الثالث: سمات ونتائج عملية طوفان الأقصى	66
المبحث الثاني: معركة الطوفان الأقصى في المضامين الإعلامية الوطنية	69
المطلب الأول: التغطية الإعلامية للحروب	70

المطلب الثاني: دور الإعلام في إدارة معركة طوفان الأقصى	71
المطلب الثالث: التغطية الإعلامية الوطنية لعملية طوفان الأقصى	73
المبحث الثالث: لمحة عن معركة الطوفان الأقصى في المضامين الإعلامية الدولية	75
المطلب الأول: التغطية الإعلامية الأوروبية لعملية طوفان الأقصى	76
المطلب الثاني: تغطية الإعلام الإسرائيلي لعملية طوفان الأقصى	78
المطلب الثالث التغطية الإعلامية لقناة الجزيرة لطوفان الأقصى	82
خلاصة الفصل	86
الإطار التطبيقي	
الفصل الأول: المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر حساب قناة الجزيرة على الإنستغرام	
المبحث الأول: لمحة حول قناة الجزيرة	89
المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات	90
المحور الأول : فئات الشكل (كيف قيل؟)	91
المحور الثاني: فئات المضمون (ماذا قيل؟)	106
المبحث الثالث: عرض النتائج العامة للدراسة	122
الخاتمة	125
التوصيات	127
قائمة المراجع	129
الملاحق	136

فهرس الجداول

الرقم	العنـــــوان	الصفحة
01	**البيانات المتعلقة بالمنشورات**	**90**
02	**فئة الوسائط المستخدمة**	91
03	**فئة المساحة الزمنية**	93
04	**فئة اللغة المستخدمة**	95
05	**فئة أسلوب اللغة**	97
06	**فئة طبيعة المحتوى**	99
07	**فئة الرموز البصرية**	100
08	**فئة الهاشتاغ**	102
09	**فئة الألوان**	104
10	**فئة القيم**	106
11	**فئة الموضوعات**	108
12	**فئة الشخصيات الفاعلة**	110
13	**فئة الجمهور المستهدف**	113
14	**فئة اتجاه الموضوع**	115
15	**فئة الأساليب الإقناعية**	118
16	**فئة الأهداف**	120

فهرس الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	رقم الصفحة
01	**استمارة تحليل المضمون**	137
02	**دليل التعريفات الإجرائية**	143

ملخص الدراسة:

تمحورت هذه الدراسة حول المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر تطبيق الإنستغرام – دراسة تحليلية لحساب قناة الجزيرة خلال الفترة الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025–

وقد انطلقت الدراسة من إشكالية مفادها: ما طبيعة المعالجة الإعلامية التي قدمتها قناة الجزيرة عبر الإنستغرام خلال العدوان على غزة (طوفان الأقصى)؟

وللإجابة على هذه الإشكالية، ارتأينا طرح التساؤلات التالية:

1. ما نوع الوسائط المستخدمة في منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟
2. ما هي اللغات المستخدمة في منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟
3. ما هو الأسلوب اللغوي المستخدم في منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟
4. ما طبيعة المحتوى الذي تناولته منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟
5. ما الرموز البصرية المستخدمة في منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟

وقد خلصت الدراسة إلى أن طبيعة المعالجة الإعلامية التي قدمتها قناة الجزيرة عبر إنستغرام خلال العدوان على غزة (طوفان الأقصى) اتسمت بالتركيز على نقل الواقع الحيّ، وتوثيق الجرائم، وإبراز الصمود الفلسطيني، عبر خطاب متعدد الاتجاهات يخاطب جمهورًا واسعًا من المحليين والعرب والحقوقيين، ويوازن بين التأثير الوجداني والتوثيق الموضوعي .وقد ساهمت هذه المعالجة في تشكيل خطاب إعلامي رقمي داعم للقضية الفلسطينية، يقوم على ترسيخ

الرواية الفلسطينية ومواجهة التعتيم أو التضليل الإعلامي، بأسلوب يتماشى مع معايير النشر على المنصات الرقمية وسلوكيات المتلقي المعاصر.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، طوفان الأقصى، تطبيق الإنستغرام، قناة الجزيرة

Study Summary:

This study focused on the media coverage of the "Al-Aqsa Flood" operation through the Instagram platform – specifically, an analytical study of Al Jazeera's official Instagram account during the period from April 15 to May 15, 2025.

The study stemmed from the following main research question: What is the nature of the media coverage provided by Al Jazeera via Instagram during the Israeli assault on Gaza ("Al-Aqsa Flood")?

To address this central question, the study posed the following sub-questions:

1. What types of media were used in Al Jazeera's Instagram posts during the coverage of the Al-Aqsa Flood?
2. What languages were used in these posts?
3. What linguistic style characterized Al Jazeera's Instagram content during this period?
4. What type of content was covered in the posts?
5. What visual symbols were employed in Al Jazeera's Instagram posts during the coverage?

The study concluded that the nature of Al Jazeera's media coverage via Instagram during the assault on Gaza ("Al-Aqsa Flood") was characterized by a strong focus on conveying real-time realities, documenting war crimes, and highlighting Palestinian resilience. The channel adopted a multi-dimensional media discourse targeting a broad audience, including local viewers, the Arab world, and human rights advocates. It succeeded in striking a balance between emotional appeal and factual reporting.

This approach contributed to constructing a supportive digital media narrative for the Palestinian cause, aiming to reinforce the Palestinian perspective and counteract media blackout or disinformation. The strategy aligned with digital

platform publishing standards and the consumption behavior of modern media users.

Keywords: Media Coverage – Al-Aqsa Flood – Instagram Platform – Al Jazeera Channel

Résumé de l'étude :

Cette étude s'est concentrée sur la couverture médiatique de l'opération "Déluge d'Al-Aqsa" à travers la plateforme Instagram, en particulier via une analyse du compte officiel de la chaîne Al Jazeera durant la période du 15 avril au 15 mai 2025.

L'étude est partie de la question de recherche principale suivante : Quelle est la nature de la couverture médiatique assurée par Al Jazeera sur Instagram pendant l'agression israélienne contre Gaza ("Déluge d'Al-Aqsa") ?

Pour répondre à cette question centrale, les questions secondaires suivantes ont été posées :

1. Quels types de supports médiatiques ont été utilisés dans les publications d'Al Jazeera sur Instagram durant la couverture du "Déluge d'Al-Aqsa" ?
2. Quelles langues ont été utilisées dans ces publications ?
3. Quel style linguistique a caractérisé le contenu d'Al Jazeera sur Instagram durant cette période ?
4. Quels types de contenus ont été abordés dans les publications ?
5. Quels symboles visuels ont été employés dans les publications d'Al Jazeera pendant la couverture ?

L'étude a conclu que la couverture médiatique d'Al Jazeera sur Instagram pendant l'agression contre Gaza ("Déluge d'Al-Aqsa") se distinguait par une forte orientation vers la transmission en temps réel de la réalité, la documentation des crimes de guerre et la mise en avant de la résilience palestinienne. La chaîne a adopté un discours médiatique multidimensionnel visant un public large : local, arabe et défenseurs des droits humains. Elle a réussi à établir un équilibre entre l'émotion et la rigueur journalistique.

Cette stratégie a contribué à construire une narration médiatique numérique favorable à la cause palestinienne, visant à renforcer le point de vue palestinien et à lutter contre le blackout médiatique ou la désinformation. L'approche était également conforme aux normes de publication numérique et aux comportements de consommation des médias modernes.

Mots-clés : Couverture médiatique – Déluge d'Al-Aqsa – Plateforme Instagram – Chaîne Al Jazeera

المقدمة

المقدمة:

شهدت الساحة الإعلامية خلال العقود الأخيرة تحوّلات عميقة وسريعة، فرضتها الطفرة التكنولوجية المتسارعة في مجال الاتصال وظهور الوسائط الرقمية الجديدة، التي غيّرت بشكل جذري من طبيعة المشهد الإعلامي ومفاهيم إنتاج الخبر وتلقيه. فقد أدى الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي إلى إعادة تشكيل العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والجمهور، حيث لم تعد وسائل الإعلام التقليدية وحدها تحتكر نقل الأحداث وتوجيه الرأي العام، بل أصبح الأفراد فاعلين مباشرين في صناعة المحتوى، ما أنتج ديناميكية إعلامية جديدة تقوم على التفاعلية، السرعة، والانتشار.

وفي خضم هذا التحول الرقمي، تبوأ تطبيق إنستغرام مكانة محورية ضمن منظومة الإعلام المعاصر، حيث تجاوز وظيفته الأصلية كتطبيق لمشاركة الصور الشخصية ليصبح منصة إعلامية بصرية بامتياز، خاصة في زمن الأزمات والنزاعات. إن تركيزه على العناصر البصرية ومقاطع الفيديو القصيرة جعله أداة فعالة في إيصال الرسائل بشكل مباشر ومؤثر، ما دفع العديد من المؤسسات الإعلامية إلى الاستثمار في حضوره الرقمي والاستفادة من آلياته للوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعًا.

وتبرز قناة الجزيرة بوصفها من أبرز المؤسسات الإعلامية العربية التي استطاعت استغلال البيئة الرقمية الجديدة، وعلى وجه الخصوص تطبيق إنستغرام، من أجل تغطية الأحداث الساخنة والتفاعل مع الرأي العام العالمي. وقد تجلى هذا التفاعل الرقمي بقوة خلال تغطية القناة للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في أكتوبر 2023، والذي حمل اسم "طوفان الأقصى"، حيث لجأت الجزيرة إلى توظيف أدوات إنستغرام من صور ومقاطع فيديو قصيرة (Reels)وقصص إخبارية مصورة لنقل تفاصيل العدوان وتوثيق المعاناة الإنسانية في ظل الحصار والتعتيم الإعلامي.

لقد مكّنت الخصائص التفاعلية والبصرية لإنستغرام قناة الجزيرة من بناء سردية إعلامية رقمية مغايرة، تنقل الحدث الفلسطيني بلغة بصرية مؤثرة، وتسعى إلى كسر احتكار الرواية السائدة في الإعلام الدولي. وقد أتاح هذا التوجه فرصة لدراسة ميدانية معمّقة في كيفية اشتغال المنصات الرقمية في تغطية القضايا الإنسانية والسياسية.

وانطلاقًا من هذا السياق، تكتسي هذه الدراسة أهميتها من خلال سعيها إلى تحليل مضمون التغطية الإعلامية لقناة الجزيرة عبر حسابها الرسمي على إنستغرام، خلال فترة "طوفان الأقصى"، ومحاولة فهم طبيعة المعالجة الإعلامية المقدمة، والأساليب البلاغية والرمزية التي تم اعتمادها في تشكيل خطاب بصري داعم للسردية الفلسطينية.

وقد تناولنا من خلال هذه الدراسة ثلاثة محاور رئيسية: أولاً، الجانب المنهجي، الذي عرضنا فيه الإشكالية، الدراسات السابقة، المفاهيم النظرية والمنهج المعتمد، بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات ومجتمع الدراسة ثانيًا، الجانب النظري، الذي تم تقسيمه إلى فصلين: الفصل الأول تناولنا فيه ماهية تطبيق إنستغرام، بينما خُصّص الفصل الثاني للمعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى وأخيرًا، الجانب التطبيقي، الذي خُصص لتحليل مضمون حساب قناة الجزيرة على إنستغرام، واستنتاج أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

الإطار المنهجي

الإشكالية:

شهد المشهد الإعلامي في العقود الأخيرة تحوّلات عميقة بفعل تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور الإعلام الرقمي، الذي أعاد تشكيل مفاهيم إنتاج الخبر وتلقيه، خاصة مع صعود شبكات التواصل الاجتماعي التي تجاوزت الأطر التقليدية للإعلام، وأصبحت منصات تفاعلية تتيح للمؤسسات الإعلامية والأفراد على حد سواء، نشر المضامين والتأثير في الرأي العام بطريقة آنية وسريعة.

وفي خضم هذه التحولات، فرضت البيئة الرقمية معايير جديدة في المعالجة الإعلامية، حيث أصبحت السرعة في نقل الحدث، والتصميم البصري الجاذب، والقدرة على التفاعل، أدوات رئيسية في الوصول إلى الجمهور وإقناعه.

تُعدّ منصّة **إنستغرام** من أبرز هذه الوسائط الحديثة، وقد تطورت من مجرد تطبيق لمشاركة الصور الشخصية إلى فضاء إعلامي مهيمن، خاصة في أوقات الأزمات والنزاعات، لما يقدّمه من إمكانيات بصرية قوية تؤثر في وجدان المتلقي، وتساهم في بناء سردية إعلامية ذات طابع تعبوي وإنساني.

وقد دفعت هذه الخصوصيات المؤسسات الإعلامية الكبرى إلى تكييف مضامينها مع هذا الوسط الرقمي الجديد، واعتماد خطاب إعلامي بصري يتناسب مع طبيعة جمهور إنستغرام، الذي يُعرف بتفاعله العالي مع الصور ومقاطع الفيديو القصيرة.

وفي هذا السياق، تبرز **قناة الجزيرة** كواحدة من أهم الفاعلين الإعلاميين العرب الذين تمكنوا من توظيف المنصات الرقمية، وعلى رأسها الإنستغرام، في تغطية الأحداث الساخنة، ومن بينها العدوان الإسرائيلي الأخير على غزة الذي أُطلق عليه اسم "**طوفان الأقصى**"، والذي تميز بكثافة الأحداث، وحساسية السياق السياسي والإنساني.

وقد لجأت القناة، عبر حسابها الرسمي على إنستغرام، إلى تقديم معالجة إعلامية خاصة لهذه الأحداث، من خلال نشر محتويات متعددة الوسائط (صور، مقاطع الفيديو القصيرة (Reels) ، فيديوهات قصيرة، قصص إخبارية)، مع توظيف عناصر بصرية وبلاغية تهدف إلى نقل حقيقة ما يجري في الميدان، ولفت أنظار المتابعين العرب والدوليين إلى المعاناة الإنسانية التي يعيشها الفلسطينيون، في ظل التعتيم الإعلامي والحصار المفروض على الصحفيين.

من هنا، تنبع أهمية هذه الدراسة في تحليل *كيفية* تغطية قناة الجزيرة لأحداث "طوفان الأقصى" عبر إنستغرام، من خلال تفكيك مكونات المعالجة الإعلامية، ودراسة نوع المضامين والوسائط المعتمدة، واستكشاف الرسائل الضمنية والمباشرة التي تُبث عبر هذا التطبيق، وفهم كيف ساهم هذا النمط الإعلامي الجديد في تشكيل الرأي العام ودعم السردية الفلسطينية في الفضاء الرقمي.

ومن هنا تتمحور الإشكالية الرئيسية حول: ما طبيعة المعالجة الإعلامية التي قدمتها قناة الجزيرة عبر الإنستغرام خلال العدوان على غزة (طوفان الأقصى)؟

تنبثق على الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالآتي:

أولًا: من حيث الشكل – كيف قيل؟

6. ما نوع الوسائط المستخدمة في منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟
7. ما هي اللغات المستخدمة في منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟
8. ما هو الأسلوب اللغوي المستخدم في منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟

9. ما طبيعة المحتوى الذي تناولته منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟
10. ما الرموز البصرية المستخدمة في منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام خلال تغطية طوفان الأقصى؟

أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار موضوع الدراسة في البحوث العلمية وبحوث ميدان علوم الإعلام والاتصال خاصة، يعد عملية دقيقة ومعقدة، تتطلب عناية فائقة من طرف الباحث؛ إذ تتداخل عدة أسباب التي تتحكم في اختيار الباحث لزاوية معالجته لموضوع الدراسة، والتي تكون مرتبطة بأهمية وآنية الموضوع، وتنقسم أسباب اختيار الباحث للدراسة إلى اهتمامات بحثية متعلقة بشخص الباحث وأسباب موضوعية لها علاقة بالموضوع نفسه، وانعكاساته على المحيط الخارجي.

أ. الاهتمامات البحثية:

تتمثل الاهتمامات البحثية في اهتمام الباحث الشخصي بموضوع الإعلام الرقمي، وتحديدًا بوسائط التواصل الاجتماعي كأدوات جديدة في نقل الأخبار والتأثير في الرأي العام، إلى جانب الرغبة في فهم ديناميكيات المعالجة الإعلامية للأحداث السياسية والإنسانية الكبرى، وخاصة في السياق الفلسطيني الذي يحظى بأهمية خاصة على المستويين العربي والدولي.

ب. الأسباب الموضوعية:

1. أهمية الموضوع وراهنيته إذ يعد العدوان الإسرائيلي الأخير على غزة الذي أطلقت عليه المقاومة الفلسطينية اسم "طوفان الأقصى" من أبرز الأحداث التي استحوذت على اهتمام الرأي العام العالمي، وشكّلت لحظة مفصلية في مسار القضية الفلسطينية.
2. تحول المنصات الرقمية إلى فضاء إعلامي بديل حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها إنستغرام، فضاءات إعلامية بديلة تلجأ إليها الجماهير للاطلاع

على الأخبار، خاصة في ظل التعتيم الإعلامي أو الانحياز الذي قد يطبع بعض وسائل الإعلام التقليدية.

3. مكانة قناة الجزيرة في الفضاء الإعلامي العربي حيث تُعدّ قناة الجزيرة من أبرز المؤسسات الإعلامية العربية التي أثبتت حضورًا قويًا في تغطية النزاعات، كما أنها كانت من بين الأوائل الذين تبنوا الإعلام الرقمي وتفاعلوا مع خصائصه، ما يجعلها نموذجًا جديرًا بالتحليل.

4. نقص في الدراسات التي تناولت المعالجة الإعلامية للقضية الفلسطينية، خصوصًا من منظور تحليلي لمنشورات مؤسسة إعلامية عربية رائدة عبر الإنستغرام ما يمنح هذه الدراسة طابعًا جديدًا ويزيد من أهميتها العلمية والمعرفية.

أهمية الدراسة:

إن معيار نجاح أي بحث أو دراسة هو تلك الإضافات التي تتسم بها عن غيرها من البحوث نظرا لأهميتها في إثراءِ بحوث سابقة أو تغيير وتحديث لمفاهيم قديمة، أو تطوير نظريات جديدة، وتتمثل أهمية دراستنا فيما يلي:

أ. الأهمية العلمية:

تُسهم هذه الدراسة في تعزيز الفهم العلمي لكيفية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي، لا سيما منصة إنستغرام، في تغطية الأحداث السياسية والإنسانية الكبرى، من خلال نموذج تطبيقي لقناة إعلامية عربية ذات حضور عالمي مثل قناة الجزيرة. كما تندرج الدراسة ضمن مجال تحليل الخطاب الإعلامي الرقمي، وهو مجال حديث نسبياً ويشهد تطورًا متسارعًا في البحوث الأكاديمية. وتُعدّ هذه الدراسة إضافة نوعية لأنها تربط بين الأبعاد التقنية والبصرية للتواصل الرقمي، وبين المضامين السياسية والإنسانية، من خلال مقاربة تحليلية تُراعي خصوصية السياق الفلسطيني وسرعة تحوّلات البيئة الاتصالية الرقمية.

ب. الأهمية العملية:

تكمن الأهمية العملية للدراسة في قدرتها على تقديم مؤشرات واقعية وملاحظات تحليلية تفيد المؤسسات الإعلامية، والفاعلين في مجال الاتصال الرقمي، حول أفضل الممارسات في تغطية الأزمات والنزاعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي كما يمكن أن تُسهم نتائج هذه الدراسة في توجيه استراتيجيات المحتوى الرقمي مستقبلاً، بما يعزّز من فاعلية الخطاب الإعلامي الموجّه للجمهور عبر المنصات التفاعلية. كذلك، تُعد الدراسة مرجعًا مهمًا للطلبة والباحثين في مجال الإعلام والاتصال الرقمي، ممّن يسعون لفهم العلاقة بين الوسائط الجديدة وبناء الرأي العام في القضايا الحساسة والمعقدة.

أهداف الدراسة:

لكل دراسة أو بحث علمي أهداف يسعى للوصول إليها وتحقيقها ومنه وجب على كل باحث في أي مجال كان أن يسطر الخطوط العريضة لبحثه ويضعها نصب عينه طمعا في تحقيقها ومن هذا المنطلق حصرت أهداف الدراسة في النقاط التالية:

1. التعرف على نوع الوسائط الرقمية التي اعتمدتها قناة الجزيرة في تغطيتها لأحداث طوفان الأقصى على منصة إنستغرام.
2. تحديد اللغات المستخدمة في المنشورات الإعلامية عبر إنستغرام خلال فترة التغطية.
3. تحليل الأسلوب اللغوي المُعتمد في صياغة المنشورات، من حيث البنية البلاغية والتأثيرية.
4. استكشاف طبيعة المحتوى الإعلامي المقدم من حيث التنوع والشكل (إخباري، توثيقي، تعبوي...).
5. تحديد القيم المركزية التي ركزت عليها قناة الجزيرة في تغطيتها لأحداث طوفان الأقصى (مثل: العدالة، المقاومة، التضامن...).
6. التعرف على أبرز الموضوعات التي تم تسليط الضوء عليها خلال التغطية الرقمية.

7. إبراز الشخصيات أو الجهات الفاعلة التي تم تقديمها أو الإشارة إليها ضمن المنشورات.

8. تحديد الجمهور المستهدف من خلال تحليل طبيعة الخطاب الإعلامي الموجه على إنستغرام.

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة المنطلق الرئيسي الذي يعتمد عليه الباحث في انجاز بحثه من خلال عدد الخطوات خاصة المنهجية منها.

كما أن الدراسات والأبحاث السابقة تشكل تراثا هاما ومصدرا غنيا لا بد من الاطلاع عليه، فهي تزود الباحث بالكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات التي يمكن الاستفادة منها في حل المشكلة وبلورتها وكذلك الرجوع إلى الأطر النظرية والفروض التي اعتمدتها هذه الدراسات والنتائج التي أوضحتها، وكذلك تزويد الباحث بالكثير من المراجع والمصادر الهامة، وتجنبه من الوقوع في الأخطاء وكذلك تعريفه بالصعوبات، وعن الحلول التي توصلوا إليها لمواجهة هذه الصعوبات[1].

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

دراسة ليلى علي جمعه التي جاءت بعنوان **المعالجة الإخبارية لعملية "طوفان الأقصى" في القنوات الفضائية الدولية الموجهة – دراسة تحليلية لقناة "روسيا اليوم "(RT) وقناة "الحرة" الأمريكية للفترة من 7 أكتوبر 2023 إلى 7 ديسمبر 2023** ،تناولت هذه الدراسة التحليلية المعالجة الإخبارية لعملية "طوفان الأقصى" في قناتي "روسيا اليوم "(RT) و"الحرة" الأمريكية خلال الفترة الممتدة من 7 أكتوبر 2023 إلى 7 ديسمبر 2023، بهدف فهم كيفية تناولهما

[1] عبيدات ذوقان و اخرون ،**البحث العلمي : مفهومه ،أدواته و أساليبه** ،عمان ،دار مجد لاوي للنشر و التوزيع ،1984 ، ص ص74-75.

لهذه الأحداث الدولية البارزة وتقديمها للجمهور تركز الدراسة على الفروقات في أساليب التغطية الإخبارية بين القناة الروسية والقناة الأمريكية، مع مراعاة التحليلات الخاصة بالمنظور الإعلامي، والمصطلحات المستخدمة، وطبيعة المصادر المعتمدة من كل قناة.

تم استخدام منهج تحليل المضمون، حيث تم تحليل عينات من النشرات الإخبارية المذاعة يوميًا من القناتين، واستهدفت الدراسة كلا من التوجهات التحريرية، وكيفية بناء الأطر الخبرية، إلى جانب دراسة مدى التزام كل قناة بمبدأ الحياد الإعلامي أو ميلها نحو أجندات سياسية معيّنة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج تشير إلى وجود تباينات ملحوظة في أسلوب التغطية؛ إذ اعتمدت "روسيا اليوم" على جانب من التحليل القائم على نقد السياسات الغربية، بينما تميزت "الحرة" بعرض أكثر ارتباطًا بالسياسة الأمريكية واهتمامها بالجوانب العسكرية في مواجهة جبهة حماس.

كما أظهرت النتائج أن عنصرًا من عناصر الإبراز يلعب دورًا حاسمًا في تشكيل كيفية استقبال الجمهور للخبر وفهمه؛ فالتركيز على تقارير مصوّرة للمراسلين، ومقاطع صوتية متلفزة، والصور الثابتة، والرسوم البيانية يمكن أن يحدد مدى أهمية الحدث بالنسبة للقناة. وتلعب هذه العوامل دورًا محوريًا في المعالجة الإخبارية المستخدمة في النشرات الإخبارية، ومدى تأثير العوامل السياسية في صياغة الأخبار وتوجيه التغطية الإعلامية، مما يساهم بدوره في تشكيل الرأي العام وفقًا للتوجهات الاستراتيجية لكل قناة[1].

الدراسة الثانية:

دراسة هبة أحمد رزق سنيد، استهدفت الدراسة الحالية رصد وتحليل كيفية معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجّهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة موقع "فيسبوك"، لأحداث "طوفان الأقصى" عام 2023، وذلك من خلال التعرف على الموضوعات

[1] ليلى علي جمعه التي جاءت بعنوان **المعالجة الإخبارية لعملية "طوفان الأقصى" في القنوات الفضائية الدولية الموجهة – دراسة تحليلية لقناة "روسيا اليوم "(RT) وقناة "الحرة" الأمريكية للفترة من 7 أكتوبر 2023 إلى 7 ديسمبر 2023، وقائع مؤتمر الإعلام الدولي الثاني، مجلة لارك(Lark Journal) ، المجلد 17، العدد 2، الجزء 3، أبريل 2025.**

التي تناولتها تلك الصفحات، وأسلوب معالجتها، بالإضافة إلى نوعية الأطر المستخدمة، والاستمالات التي اعتمدت عليها، واتجاه المعالجة. كما تم رصد وتحليل القوى الفاعلة والسمات المنسوبة إليها، وذلك في إطار دراسة تحليلية لعينة من صفحات القنوات الإخبارية الموجّهة باللغة العربية التي تناولت تلك الأحداث.

قامت الباحثة بتحليل جميع الفيديوهات المنشورة على كل من صفحتي قناة "فرانس 24 عربي" وقناة "سكاي نيوز عربية"، والتي تناولت أحداث طوفان الأقصى خلال الفترة من 7 أكتوبر 2023، والتي شهدت بداية الأحداث، حتى 15 نوفمبر 2023. وبلغ عدد الفيديوهات محل الدراسة 408 فيديوهات، بإجمالي زمن بلغ 985 دقيقة، أي ما يعادل تقريباً 16 ساعة و41 دقيقة.

تم جمع بيانات هذه الدراسة باستخدام استمارة تحليل المضمون، وتوصّلت الدراسة إلى تصدّر موضوع الاعتداءات الإسرائيلية على غزة قائمة الموضوعات المتعلقة بأحداث طوفان الأقصى. كما أظهرت النتائج التزام هذه الصفحات بقدر من الحيادية في معالجتها للموضوعات محل الدراسة، حيث جاء الهدف الاستعراضي في مقدمة أهداف المعالجة الإعلامية التي قامت بها تلك الصفحات.

أشارت النتائج أيضاً إلى تصدّر كل من إطاري "العنف" و"الصراع" قائمة الأطر المستخدمة في هذه المعالجة كما برزت "إسرائيل" كقوة فاعلة في هذه الأحداث، مع ظهور السمات السلبية للقوى الفاعلة بنسبة تفوقت على السمات المحايدة والإيجابية.

وأظهرت النتائج كذلك ارتفاع نسبة اعتماد هذه الصفحات على الاستمالات العاطفية، مقارنة بالاستمالات المنطقية. كما جاءت الفيديوهات في مقدمة عناصر الجذب والتشويق المستخدمة، باعتبارها من أكثر الأدوات تأثيراً وقدرة على الإقناع[1].

[1] هبة أحمد رزق سنيد، **معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجّهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة موقع "فيسبوك"، لأحداث "طوفان الأقصى" عام 2023**،المجلة المصرية لبحوث الاتصال، د، س.

الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى:

دراسة كورسي محمد التي جاءت بعنوان " التغطية الإعلامية للحرب في غزة بين التصورات المحلية والقيود الدولية" هدف هذا البحث إلى استكشاف أوجه التشابه والتكامل والانحيازات، استنادًا إلى تحليل مقالات ثلاث صحف تناولت حدثًا واحدًا، وهو الحرب على غزة، وذلك في لحظتين زمنيتين محددتين. تمثّلت اللحظة الأولى في عملية "طوفان الأقصى" التي أطلقتها "كتائب القسام" بتاريخ 7 أكتوبر 2023 من قطاع غزة، مستهدفة "الكيبوتسات"، التي ترمز في المخيال الجمعي الفلسطيني إلى السلب الاستعماري. أما اللحظة الثانية، فتتمثل في الذكرى السنوية لهذا الهجوم في 7 أكتوبر 2024، والتي حظيت بتغطية إعلامية واسعة على مستوى العالم.

أفضت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج الهامة المرتبطة بكيفية معالجة ثلاث صحف – *القدس العربي*، *المجاهد*، *ولوموند* –لحدث واحد يتمثل في الحرب على غزة خلال لحظتين زمنيتين: عقب عملية "طوفان الأقصى" في أكتوبر 2023، والذكرى السنوية الأولى للعملية في أكتوبر 2024.

أظهرت النتائج وجود **تشابه كبير في التناول الخطابي** بين صحيفتي *القدس العربي* الفلسطينية و*المجاهد* الجزائرية، حيث تبنّتا معًا سردية داعمة للقضية الفلسطينية، تبرز الظلم التاريخي، والممارسات الاستعمارية، والفصل العنصري، والحصار المفروض على قطاع غزة، إلى جانب التهجير والاستيطان المستمر. هذا التشابه الخطابي يعكس عمق العلاقات التاريخية والسياسية بين الجزائر وفلسطين، ويؤكّد انحياز هاتين الصحيفتين لصوت الشعوب المضطهدة وحقها في تقرير مصيرها.

في المقابل، كشفت الدراسة عن **انحياز واضح في الخط التحريري لصحيفة *لوموند* الفرنسية،** يتجلى في محاولة نزع الطابع التاريخي عن القضية الفلسطينية، وتقديم رواية تُمجّد "قيام الدولة اليهودية"، كما هو موضح في افتتاحيات الصحيفة منذ عام 1948. ويُبرز هذا التوجه الغربي في الإعلام الفرنسي ميلاً لتبرير الممارسات الصهيونية أو تغليفها بخطاب عاطفي وتاريخي يخفي السياقات الاستعمارية الحقيقية[1].

الدراسة الثانية:

دراسة الباحثة منال رضاوي التي جاءت بعنوان "**المعالجة الإعلامية لتداعيات أحداث طوفان الأقصى عبر قناة الجزيرة – دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج غزة: ماذا بعد؟**"، هدفت **إلى** رصد وتحليل الكيفية التي تُعالج بها الوسائل الإعلامية القضايا المعاصرة، وتحديدًا من خلال تحليل أسلوب قناة الجزيرة في تناول تداعيات أحداث طوفان الأقصى عبر برنامجها "غزة: ماذا بعد؟" كما طرحت الدراسة مجموعة من التساؤلات البحثية من بينها:

- ما اللغة المستخدمة في تناول القضايا المتعلقة بتداعيات أحداث طوفان الأقصى من خلال حلقات البرنامج؟
- ما المدة الزمنية الإجمالية للحلقات التي تناولت هذه الأحداث؟
- ما الأساليب الصحفية المعتمدة في معالجة تداعيات الأحداث؟
- ما الموضوعات الرئيسية التي تم التطرق إليها؟
- ما مصادر المعلومات المستخدمة؟
- ما الاتجاه الغالب في تناول القضايا؟

[1] كورسي محمد،**التغطية الإعلامية للحرب في غزة بين التصورات المحلية والقيود الدولية**، مجلة الحوار الثقافي،المجلد 14، العدد 01، 2025.

- ما الأطر المعتمدة في المعالجة؟
- من هي القوى الفاعلة في التغطية؟
- وما هي المسارات المنطقية وغير المنطقية التي تم توظيفها؟.

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التحليلية التي اعتمدت على المنهج المسحي وأداة تحليل المحتوى، حيث قام الباحث بتحليل عينة من حلقات البرنامج التي بثت بعد انطلاق العملية وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، صنفت إلى جوانب شكلية ومضمونية، أبرزها:

- **من الناحية الشكلية** :كشفت الدراسة أن البرنامج اعتمد على تقديم المادة الإعلامية بطريقة تحليلية دقيقة مدعومة بالأدلة، والشهادات الحية، والمصادر الموثوقة، ما منح المحتوى قوة وموثوقية وأبعده عن التحيز أو التلاعب الإعلامي. كما اتسمت التغطية بالتزام المعايير المهنية من حيث تنظيم المادة وتوزيع الوقت والمعالجة البصرية والصوتية.
- **أما من ناحية المضمون** :فقد بيّنت النتائج أن اتجاه المعالجة الإعلامية كان مناهضًا للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة عقب أحداث طوفان الأقصى، ومناصرًا للقضية الفلسطينية كما تنوعت الموضوعات التي تناولها البرنامج بين الجانب السياسي، والإنساني، والعسكري، مع التركيز على كشف خفايا الحرب وفضح ممارسات الاحتلال. واعتمد البرنامج أساليب التحقيق والاستقصاء، مما أتاح له عرض معلومات وحقائق حصرية لأول مرة[1].

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفدنا من الدراسات السابقة في عدة جوانب نظرية ومنهجية، ومن أبرز أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

[1] Manel Redaoui, **Media treatment of the consequences of the Al-Aqsa Flood events viaAl Jazeera An analytical study of a sample of episodes of the Gaza programWhat Next?**, PSYCHOLOGY AND EDUCATION,2024.

- وفّرت الدراسات السابقة، ولا سيما *دراسة ليلى علي جمعة* ودراسة *هبة رزق سنيد*، خلفية معرفية غنيّة حول مفهوم المعالجة الإعلامية في تغطية النزاعات، وساهمت في بناء أرضية نظرية لفهم كيفية تعامل وسائل الإعلام الدولية والعربية مع حدث ضخم بحجم طوفان الأقصى.
- كما بيّنت الدراسات أهمية **العناصر الشكلية والمضمونية** في بناء التأثير الإعلامي، وهو ما تم أخذه بعين الاعتبار عند بناء نموذج تحليل مضمون منشورات الإنستغرام.

- قدّمت لنا الدراسات السابقة تصورات متعددة حول **تصميم أداة جمع البيانات**، خاصة استمارة تحليل المضمون، مما مكّننا من تطوير أداة تحليل دقيقة تتماشى مع طبيعة الوسائط الرقمية، خاصة على منصة الإنستغرام.

أوجه الاختلاف عن الدراسات السابقة:

- تختلف دراستنا عن الدراسات السابقة من حيث **منصة الدراسة**، إذ ركزت معظم الدراسات السابقة على القنوات التلفزيونية أو صفحات الفيسبوك، بينما تُعد هذه الدراسة من المحاولات الأولى لتحليل تغطية أحداث طوفان الأقصى عبر *منصة الإنستغرام*، وهي بيئة اتصالية بصريّة لها خصوصياتها.
- كما تختلف من حيث **الوحدة التحليلية**، حيث ركزنا على *المنشورات الرقمية المصورة والبصرية* مع تحليل رموزها التعبيرية والتفاعلية، وهي زاوية لم تحظَ باهتمام كافٍ في الدراسات السابقة.

مفاهيم الدراسة:

إن أبرز الدوافع لتحديد مفاهيم أية دراسة اختلاف الدارسين حول تحديد غالبية المفاهيم كل حسب تخصصه لذلك فإن ضبط بعض المصطلحات والمفاهيم الواردة في عنوان الدراسة

ضروري لدفع الالتباس الذي قد يحدث مع غيرها من المفاهيم المشابهة كما سنتطرق في هذه الدراسة إلى تحديد بعض المفاهيم الآتية:

❖ **المعالجة:**

لغة:

المعالجة تعني المداواة أو التناول. وهي مأخوذة من الفعل "عالج"، أي باشر العمل الذي كُلِّف به، وزاول شيئًا ما. فمن زاول أو مارس أمرًا، فقد عالجه[1].

❖ **المعالجة الإعلامية:**

اصطلاحا:

هو التحديد والتخصيص لوقوع شيء ما في زمان ومكان محددين، يتم نقله وتقديمه من خلال وسائل الإعلام بالصوت أو الصورة أو كليهما.[2]

اجرائيا:

في هذه الدراسة تُشير إلى الكيفية التي قامت بها قناة الجزيرة بتقديم وتغطية أحداث طوفان الأقصى عبر منشوراتها على تطبيق الإنستغرام.

❖ **طوفان الأقصى:**

اصطلاحا: هي عملية عسكرية شنتها فصائل المقاومة الفلسطينية، وعلى رأسها حركة حماس، في قطاع غزة بقيادة جناحها العسكري **كتائب الشهيد عز الدين القسام**، وذلك في السابع من أكتوبر الماضي. حيث نُفِّذت هجمات صاروخية واسعة النطاق باتجاه المستوطنات الإسرائيلية،

[1] بن عبد الرحمن شيماء، **المعالجة الإعلامية لأحداث غزة 07 أكتوبر2023** ، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف – المسيلة،2024،ص6.

[2] سويقات محمد عبد المنعم، بن شراد محمد أمين، **تغطية أحداث طوفان الأقصى في نشرات القنوات الإخبارية الغربية الموجهة للناطقين باللغة العربية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية**، المجلد: 08 ، العدد: 04 ، 2025،ص51.

ردًا على الانتهاكات المتكررة في **المسجد الأقصى المبارك** والاعتداءات على المواطنين في القطاع والضفة الغربية والقدس والداخل الفلسطيني المحتل، ومنذ التاسع من أكتوبر، أعلنت إسرائيل فرض حصار شامل على قطاع غزة، وتوالت الاشتباكات والعمليات العسكرية من كلا الطرفين حتى يومنا هذا وقد خلفت عملية **طوفان الأقصى**، والتي وصفها البعض بأنها "الانتفاضة الثالثة"، خسائر مادية وبشرية كبيرة، أثارت ردود فعل غاضبة في الأوساط العربية، وبعض الدول الغربية[1].

اجرائيا:

هي العملية العسكرية التي أطلقتها **كتائب القسام – الجناح العسكري لحركة حماس** ضد الاحتلال الإسرائيلي بتاريخ **07أكتوبر 2023**، وما تلاها من تطورات سياسية وعسكرية وإنسانية، والتي كانت موضوعًا مركزيًا في التغطية الإعلامية لقناة الجزيرة على **إنستغرام** خلال الفترة الممتدة بين **15أفريل إلى 15 ماي 2024.**

❖ **الإنستغرام:**

اصطلاحا:

إنستغرام هو تطبيق مجاني لتبادل الصور، ويُعد شبكة اجتماعية استحوذت عليها شركة فيسبوك، ويعزز التواصل السريع عبر الصور والتعليق عليها أو تسجيل الإعجاب بها ويُعد من المواقع التي اكتسبت شعبية كبيرة على المستويين الفردي والمؤسسي[2].

[1] سوسن سكي، **طوفان الأقصى بعيون الجزيرة دراسة تحليلية لباقة من المضامين الإعلامية المنشورة على موقع الجزيرة الإخباري**، مجلة المعيار، **المجلد**،28 ، العدد 3، 2024، ص ص، 370، 371.

[2] هالة يا حي،خالد بوشارب بولوداني، **استخدام وسائط التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية – الإنستغرام نموذجًا**، مجلة السرّاج في التربية وقضايا المجتمع، المجلد 06، العدد 02، 2022،ص95.

اجرائيا:

منصة التواصل الاجتماعي التابعة لشركة "ميتا"، والتي تعتمد بشكل أساسي على مشاركة **الصور والفيديوهات والقصص القصيرة (Stories) والمقاطع المصورة(Reels)** ، والتي استخدمتها **قناة الجزيرة** كأداة إعلامية لبث محتواها المتعلق بأحداث **طوفان الأقصى** خلال الفترة الممتدة من **15أفريل إلى 15 ماي 2024.**

❖ **قناة الجزيرة:**

تُعتبر قناة الجزيرة أول قناة فضائية عربية إخبارية متخصصة، وقد جاء هذا التخصص في وقت مناسب، حيث أصبحت الأحداث السياسية ذات أهمية كبرى في ظل التحولات العالمية التي ألغت الثنائية القطبية، وأبقت على الولايات المتحدة الأمريكية كقوة عظمى وحيدة. وقد انعكس ذلك على الموقف العربي، إذ شهدت الساحة العربية اتساعًا في الأزمات السياسية، خاصة فيما يتعلق بالقضية الفلسطينية وتفاعلاتها باعتبارها قضية مركزية في العلاقة مع إسرائيل، وكذلك في ما يخص الموقف العربي تجاه هذه التكتلات الدولية[1].

اجرائيا:المؤسسة الإعلامية القطرية الناطقة باللغة العربية، والتي تمثل فاعلًا إعلاميًا رئيسيًا في تغطية القضايا الإقليمية والدولية، وتم اعتمادها في هذه الدراسة باعتبارها وحدة التحليل الأساسية من خلال تحليل منشوراتها الرسمية عبر منصة إنستغرام خلال تغطيتها لأحداث طوفان الأقصى في الفترة الممتدة من 15أفريل إلى 15 ماي 2024.

منهج الدراسة:

من المعروف أن البحوث في مجال علوم الإعلام والاتصال تنقسم إلى بحوث كمية وبحوث كيفية وطبيعة دراستنا دفعتنا للاعتماد على المنهج الكمي باعتباره المنهج الذي يعتمد على

[1] مصطفى مراح، **دور النشرات الرئيسية لقناة الجزيرة في الحراك الشعبي بسوريا سنة2011 (تحليل مضمون)**، أطروحة دكتوراه،جامعة الجزائر 3، 2021،ص220.

لغة الأرقام والإحصاء والذي يتماشى مع الظاهرة محل الدراسة والمشكلة البحثية وكذا الأهداف المراد الوصول إليها والذي يعرف على أنه "ذلك البحث الذي يحدد فيه الباحث مشكلة البحث ويسأل أسئلة محددة أو يضع فرضيات قابلة للاختبار، ثم يجمع بيانات رقمية موضوعية من المشاركين أفراد العينة بناء على الأسئلة أو الفرضيات التي وضعها ثم يحلل هذه الأرقام باستخدام الأساليب الإحصائية ليحصل على إجابة للأسئلة التي يطرحها أو الفرضيات التي وضعها"[1].

وقد فرضت علينا طبيعة دراستنا الاعتماد على المنهج الوصفي، وذلك بالنظر إلى طبيعة الظاهرة المدروسة، والمتمثلة في دراسة " **المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر تطبيق الإنستغرام دراسة تحليلية لقناة الجزيرة من الفترة الزمانية الممتدة بين 15 أفريل إلى 15 ماي**"، حيث أن المنهج الوصفي الذي يعتمد على تحليل المضامين الإعلامية ويهدف المنهج " الوصفي" إلى "دراسة الظاهرة، ودراسة وضعها قصد الحصول على معلومات كافية ودقيقة، فهذا المنهج يقوم بوصف الظاهرة كما هي والتعرف على خصائصها والعناصر المكونة لها وتتبع صيرورتها.[2]

مجتمع وعينة الدراسة:

إن تحديد المجتمع الأصلي يعتبر من النقاط الأساسية التي ينبغي أن يراعيها الباحث ويوليها اهتماما كبيرا، فبدون تحديد مجتمع الأصل، ومعرفة العناصر الداخلية فيه لايستطيع الباحث التحكم في كافة المتغيرات المرتبطة بالبحث[3]، ويتمثل مجتمع دراستنا في المنشورات والمواد

[1] محسن بالقسم،**المنهج الكيفي والكمي في الدراسات الاجتماعية:النظرية والممارسة**،مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية،العدد1، 2023،ص93.

[2] مسعد محي محمد: **كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات**، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2000 ، ص43.

[3] عبد اليمين بوداود وآخرون، **المرشد في البحث العلمي لطلبة التربية البدنية والرياضية، (د، ط)**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2009، ص69.

الإعلامية التي بثتها قناة الجزيرة عبر حسابها الرسمي على تطبيق الإنستغرام حول معركة طوفان الأقصى منذ بدايتها في 07 أكتوبر 2023.

والعينة تستخرج من المجتمع الأصلي، فهي: "مجموعة من الأشخاص الذين ينتمون لمجتمع البحث وتكون العينة التي يتم اختيارها وفقا لمعايير دقيقة وعلمية"[1]،ولتحديد مفردات عينة دراستنا قمنا باختيار العينة القصدية بأسماء متعددة مثل العينة العرضية ،أو العينة العمدية ، أو العينة النمطية وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة ، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات ،وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة ، التي تمثله تمثيلا صحيح[2].

وتتمثل عينة الدراسة في في المنشورات التي نشرتها قناة الجزيرة عبر حسابها الرسمي على تطبيق الإنستغرام والمتعلقة *بأحداث* طوفان الأقصى، خلال الفترة الزمنية الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي وتم اختيار هذه المنشورات بناءً على مدى صلتها المباشرة بالحدث.

حيث تم الاعتماد على الفترة الزمانية الممتدة من **15أفريل إلى 15 ماي 2025**، وتم تقسيمها إلى **أربعة أسابيع متساوية تقريبًا** (كل أسبوع يحتوي على 7 أيام)، مع دمج الأيام المتبقية بطريقة متوازنة كما يلي:

- **الأسبوع الأول** :من 15 أفريل إلى 21 أفريل
- **الأسبوع الثاني** :من 22 أفريل إلى 28 أفريل
- **الأسبوع الثالث** :من 29 أفريل إلى 05 ماي

[1] عمار بوحوش، وآخرون، **منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا 2019، ص-ص 68-69.

[2] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،2010، ص197.

- **الأسبوع الرابع** :من 06 ماي إلى 15 ماي (يشمل 10 أيام)

بلغ عدد المنشورات التي تم تحليلها **ثمانية (08) منشورات**، بمعدل منشورين في كل أسبوع : **أحدهما في بداية الأسبوع والآخر في نهايته**، وذلك لتحقيق تمثيل زمني متوازن لعينة الدراسة.

أدوات جمع البيانات:

بناء على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها المطروحة، وما ترمي إليه من أهداف تعين على الباحث في الشق الميداني للدراسة بالاستعانة بأداة من أدوات البحث العلمي، ألا وهي وأداة تحليل المضمون كأداة رئيسة لدراسة المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر تطبيق الإنستغرام دراسة تحليلية لقناة الجزيرة من الفترة الزمانية الممتدة بين 15 أفريل إلى 15 ماي.
حيث تعرف على أنها: هو منهجية بحث كمية نشأت في ميدان الإعلام والعلوم السياسية، أطلق عليها بعض المختصين بتسمية تحليل المحتوى، لاهتمامها بتحليل مضامين وسائل الاتصال الجماهيري والمضامين السياسية، ويعتمد هذا المنهج على التحليل الكمي والكيفي لوحدات البحث[1].

- **فئات التحليل:**

يرى **برلسون** أن قيمة تحليل المضمون في فئاته، ذلك أن نجاح أو فشل تحليل المضمون يكمن في اختيار وتحديد فئات التحليل، وهي عبارة عن خانات تجمع عدة عناصر تمثل وحدات التسجيل أو القياس تجمع بينهما صفات مشتركة، وهي تحمل عنوانا أو اسما يغطي مجموع الوحدات المنظمة تحتها[2].

[1] أبو بكر خير ميلاد، مصطفى حميد الطائي، **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية**، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2007، ص125.

[2] سعاد عيساني، **أولويات الأساتذة الجامعيين الجزائريين على الفايسبوك "دراسة تحليلية للمنشورات الالكترونية"**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي–أم البواقي،2013–2014، ص30.

وتجدر الإشارة هنا إلى أننا اعتمدنا على طريقة " التحضير المسبق للفئات" فهي إجراء يقوم به الباحث قبل بداية تحليل المضمون، تكون له في هذه الحالة فئات محددة مسبقا تستخرج من إشكالية وأهداف الدراسة أو كما سماها **باتريك فوتومPatrick VANTOMME** الإجراءات المفهوماتية للبحث[1]، بالإضافة إلى الالتزام بالإطار النظري لمشكلة الدراسة واتجاه التساؤلات وكذا إطار النتائج المستهدفة من الدراسة.

وبعد القراءة المتمعنة للكتب المنهجية وكذا الدراسات السابقة والقريبة من موضوع دراستنا تم تحديد فئات الدراسة والبالغ عددها 15 فئة موزعة على فئات تخص فئة الشكل، وفئات تخص فئة المضمون، منها ما هو شاع استخدامها في بحوث الإعلام والاتصال، ومنها ما تم ببلورته وإعادة تكيفه ليتناسب مع الوسيلة محل التحليل.

وانطلاقا من هذا قمنا بتقسيم فئات التحليل إلى قسمين رئيسيين هما:

القسم الأول: الذي يمثل مجموع الفئات التي تصف كيفية عرض المحتوى، والتي تجيب على التساؤل كيف قيل؟ والتي يطلق عليها تسمية فئات الشكل.

القسم الثاني: الذي يمثل مجموع الفئات التي تصف الأفكار الموجودة في المحتوى محل التحليل، تجيب على تساؤل ماذا قيل؟ والتي يطلق عليها تسمية فئات المضمون.

علما أننا قمنا بتقسيم هذه الفئات إلى مؤشرات قصد السعي للوصول إلى الدقة في التحليل، هذه المؤشرات هي الأخرى تم اختيارها بدقة من ناحية الصياغة والترتيب، كما تم وضع التعريفات الإجرائية لكل فئة رئيسية وفئاتها الفرعية بما يحقق الإجابة عن تساؤلات الدراسة وأهدافها.

[1] يوسف تمار ، ***أصول تحليل المضمون وتقنياته***، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة1،السنة 2018، ص113.

- **وحدات التحليل وسياقها:**

لما كان تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المحتوى وصفا كميا، كان ولابد من تقسيمه إلى فئات حتى يمكن القيام بدراسة كل فئة وحساب التكرار الخاص بها، لكن تقسيم المضمون إلى فئات فقط، لا يلبي البعد الكمي له، ذلك أن الفئات كوحدات كبيرة، لا يمكن قياسها إلا بعد إضافة نوع آخر من التقسيم وهو تقسيم المضمون إلى وحدات تحليلية، وهي وحدات المحتوى التي بسهولة، ويعطى وجودها أو غيابها وتكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج[1].

ومما سبق وقع اختيارنا لوحدة الكلمة ووحدة الموضوع كوحدات لقياس المحتوى وهي أكبر الوحدات المعمول بها، يعني أن معيار القياس في التحليل، يكون المواضيع التي حددها الباحث في فئات تحليله، وبالضبط فيما حدده كمؤشرات تلك الفئات[2]، علما أننا اعتمدنا على وحدة الموضوع كفئة رئيسة ضمن فئات التحليل إلا أن هذا التداخل فرضته طبيعة الدراسة التي تتعامل مع الفئة نفسها في وحدة التحليل، وكذلك هي وحدة العد، عندما يكون رصد تكرار الظهور هو الوسيلة الوحيدة للعد والإحصاء، بمعنى أن الموضوع في هذه الحالة وحدة تحليل بالإضافة الى أنه وحدة تصنيف.

مجالات الدراسة:

إن أي دراسة علمية تسعى إلى تحقيق أهداف معينة لا يجب أن تتخلى عن إطارها المنهجي، بل ويجب أن تتقيد بحدود تفسر أهداف وسير الدراسة، وعليه فان حدود دراستنا تتمثل فيما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر تطبيق الإنستغرام دراسة تحليلية لقناة الجزيرة.

[1] محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، مصر،دار عالم الكتب،الطبعة1 ،السنة2010، ص135.

[2] تمار يوسف، **أصول تحليل المضمون وتقنياته**، مرجع سابق، ص152.

- **الحدود المكانية:** أجريت هذه الدراسة على منشورات قناة الجزيرة.
- **الحدود الزمانية:** امتدت الدراسة الميدانية لبحثنا من الفترة الزمانية الممتدة بين 15 أفريل إلى 15 ماي.

الإطار النظري

الفصل الأول:ماهية تطبيق الإنستغرام

تمهيد

المبحث الأول: تطبيق إنستغرام – النشأة

المطلب الأول: مفهوم إنستغرام

المطلب الثاني: نشأة تطبيق إنستغرام

المطلب الثالث: أسباب استخدام إنستغرام

المبحث الثاني: إنستغرام وطرق استخدامه

المطلب الأول: أدوات إنستغرام

المطلب الثاني: مميزات إنستغرام

المطلب الثالث: سلبيات إنستغرام

خلاصة الفصل

تمهيد:

في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي، برزت منصات التواصل الاجتماعي كأدوات فعالة للتواصل والتأثير والتعبير عن الذات ومن بين هذه المنصات، يبرز تطبيق إنستغرام بوصفه مساحة ديناميكية قائمة على التفاعل البصري، تجمع بين البساطة في الاستخدام والتنوع في الوظائف لقد أحدث إنستغرام نقلة نوعية في مفهوم مشاركة المحتوى، حيث أصبح الفضاء الأمثل لنشر الصور ومقاطع الفيديو المصحوبة بتعليقات ووسوم، مما جعله من أكثر التطبيقات شعبيةً وتأثيرًا بين فئات المستخدمين، خصوصًا الشباب يهدف هذا الفصل إلى التطرق إلى الجوانب التأسيسية المتعلقة بتطبيق إنستغرام، من حيث تعريفه اللغوي والاصطلاحي، وتتبّع نشأته وتطوره، بالإضافة إلى استعراض دوافع استخدامه وأنماط التفاعل داخله، بما يتيح فهمًا أشمل لطبيعته وآليات عمله وسياقه الثقافي والاجتماعي.

المبحث الأول: تطبيق إنستغرام – النشأة

في ضوء الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي ودورها المتزايد في تشكيل السلوكيات الفردية والجماعية، بات من الضروري الوقوف عند أبرز هذه المنصات وأكثرها تأثيرًا على الخطاب البصري وحياة المستخدمين اليومية يأتي إنستغرام في طليعة هذه المنصات، إذ جمع بين بساطة الاستخدام وتركيزه على المحتوى المرئي، مما أكسبه شعبيةً جارفة منذ إطلاقه في أكتوبر 2010.

ينطلق هذا المبحث من رصدٍ لأبعاد نشأة تطبيق إنستغرام، انطلاقًا من جذوره اللغوية دمج كلمتي instant وtelegram، وصولًا إلى قصته الريادية في سان فرانسيسكو على يد مؤسّسيه كيفن سيستروم ومايك كريغر فقد تحوّل إنستغرام من فكرة معقدة لتطبيق "Burbn" متعددة الوظائف، إلى شبكة اجتماعية متخصّصة في مشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع الفلاتر، تعكس رؤية مؤسسيه للمستقبل المرئي للتواصل الرقمي.

سنعرّف أولًا مفهوم إنستغرام من الناحيتين اللغوية والاصطلاحية، ثم نرصد مراحل النشأة والتطور الأولى للتطبيق، التي شهدت توسّعًا سريعًا في أنظمة التشغيل والأدوات والميزات وصولًا إلى استحواذ فيسبوك عام 2012 من خلال هذا المسار، نستطيع فهم الأسس التي قامت عليها هذه المنصة، ومدى تأثيرها على سلوكيات المستخدمين في بيئاتهم الرقمية والاجتماعية.

المطلب الأول:مفهوم إنستغرام

لغة:

بالإنجليزية Instagram وهي دمج لكلمتي instant والتي تعني فوري أو أني، و Telegram والتي تعني برقية والكلمة تعني ككل إرسال صور فورية[1].

اصطلاحا:

إنستغرام هو تطبيق وخدمة لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو، متاح على مختلف المنصات المحمولة مثل iOS و Androidو .Windows Phoneفي الأصل، وُلد إنستغرام تحت اسم "Burbn"، في إشارة إلى مشروب "بوربون"، المفضل لدى مؤسسه كيفن سيستروم. كان هذا الشاب الثلاثيني، الذي تخرج حديثًا وتم توظيفه في جوجل، يفكر في إنشاء تطبيق يجمع بين الصور وتحديد الموقع الجغرافي والألعاب عبر الشبكة. غير أن صديقه وشريكه المستقبلي، مايك كريغر، رأى أن الفكرة معقدة للغاية، فشجع سيستروم على تبسيطها. وأثناء مشاهدة غروب الشمس، خطرت لهما فكرة تقديم تطبيق لمشاركة الصور مع فلاتر، وهكذا وُلد إنستغرام[2].

إنستغرام هو تطبيق شبكة اجتماعية للهاتف المحمول يعتمد على الموقع، ويستخدم لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو يتيح هذا التطبيق للمستخدمين تطبيق فلاتر رقمية على صورهم ومقاطع الفيديو الخاصة بهم ومشاركتها على شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى ومنصات الوسائط الاجتماعية تم تأسيس الخدمة من قبل كيفن سيستروم ومايك كريغر في سان فرانسيسكو،

---

[1] ليليا شاوي،**مقاربة التلقي ودوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام، دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة جامعة الجزائر -3-** ،المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية،المجلد 10، العدد 01، 2022،ص 294.

[2] Sarah Marchand,**Instagram ou la dictature consentie Genre, sexualisation et marketing sur le réseau de l'image carrée**,Université Toulouse II Jean Jaurès, Département Art&Com,2016, P11.

كاليفورنيا، وتم إطلاقها رسميًا حصريًا لأجهزة الآيفون في 6 أكتوبر 2010. كان الاسم الأصلي للتطبيق"Burbn" ، وكان يهدف إلى دمج عدة ميزات من خدمات الوسائط الاجتماعية الشهيرة مثل ."Foursquare" وعندما انضم كريغر إلى المشروع، قرر المبرمجان التركيز حصريًا على مشاركة الصور[1].

ويعرف أيضا على أنه شبكة اجتماعية تعتمد على تبادل الصور ومقاطع الفيديو القصيرة بين المستخدمين. في الواقع، يعرّف نفسه على أنه وسيلة سريعة وفريدة لمشاركة حياتك مع الأصدقاء من خلال سلسلة من الصور[2].

ومنه يمكننا تعريف إنستغرام على أنه: هو تطبيق شبكة اجتماعية يُستخدم عبر الهواتف الذكية، يتيح للمستخدمين التقاط الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، وإضافة فلاتر رقمية، ثم مشاركتها مع متابعيهم أو عبر منصات تواصل اجتماعي أخرى. يعتمد التطبيق على التفاعل البصري بين المستخدمين من خلال الإعجابات والتعليقات والرسائل المباشرة، ويشكل وسيلة تواصل رقمية سريعة تتيح للأفراد والمؤسسات التعبير عن أنفسهم ومشاركة لحظاتهم اليومية بأسلوب مرئي.

المطلب الثاني:نشأة تطبيق إنستغرام

كانت بداية الإنستغرام عام 2010، حينما توصل الى تطبيق يعمل على التقاط الصور واضافة فلترر رقمي اليها و ارسالها عبر خدمات الشركات الاجتماعية، وفي البداية كان دعم إنستغرام على الآيفون و الأيباد ، وفي أفريل 2012 أضيف الإنستغرام لمنصة (android) ، ثم تطور

[1] Inês Amaral, **The SAGE Encyclopedia of Economics and Society Instagram**, The SAGE Encyclopedia of Economics and Society,2015,P1.

[2] Marcelo Andrés Torres Carmona, **INSTAGRAM Y SU USO COMO UNA HERRAMIENTA DE MARKETING DIGITAL EN CHILE**, UNIVERSIDAD DE CHILE ,FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS ,ESCUELA DE ECONOMÍAY ADMINISTRACIÓN,2017,P11.

في جوان 2013 ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين ، ومن التطورات المهمة في تطبيق الإنستغرام استحواذ شركة الفايسبوك في أفريل 2012 على تطبيق بصفقة بلغت مليار دولار .

و أما عن تطور عدد المتابعين فقد حصل التطبيق في ديسمبر 2010 على مليون مستخدم و في 2011 حصل على زيادة 500 من المستخدمين ليصل العدد إلى 5 ملايين مستخدم ثم تضاعف العدد مع إطلاق التطبيق لمنصة android ليتخطى عدد المستخدمين 30 مليون مستخدم ثم في ديسمبر 2014 أعلنت خدمة الإنستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك انها تجاوزت 300 مليون مستخدم في جويلية 2011 قام مستخدموا التطبيق برفع 100 مليون صورة في شهر أوت من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى 150 مليون صورة أي بزيادة 50 خلال شهر واحد ثم في ماي 2012 تم الإعلان عن إمكانية في كل ثانية يتم إضافة 57 صورة جديدة ، وقد تحصلت الشبكة على مستخدم جديد يتخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم إنشاءه، ومع نهاية عام 2015 تجاوز عدد المشتركين في الموقع 400 مليون شخص منهم 180 مليون مشترك شهريا يرفعون 80 مليون صورة يوميا و بلغ مجموع الاعجابات (5.3 مليار) منذ إنشاءه [1]".

أضاف تطبيق إنستغرام خدمة المحادثة والقدرة على إدراج صور أو مقاطع فيديو مختلفة في منشور واحد إضافة القصة أو القصص وذلك مماثلة لمنافسها الرئيسي snapchat وتلك القصص تتيح للمستخدمين بنشر الصور ومقاطع الفيديو بشكل متسلسل و يمكن الوصول لهذه القصة من قبل الآخرين لمدة 24 ساعة فقط.

[1] كهينة بركون، **الترويج السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور صانعي المحتوى Tourism promotion through social networking sites from the perspective of content creators** ، مجلة التشريع الإعلامي ، المجلد 02 ،العدد 02، 2024،ص9.

و وصل عدد مستخدمي موقع إنستغرام سنة 2019 مليار مستخدم وعلى الرغم من شعبيته إلا أنه تم انتقاده كثيرا خاصة أن إدارة التطبيق تقوم بتغيرات مستمرة على سياسة التطبيق وعلى شكل واجهته ، وأيضا تم انتقاده بسبب قلة الرقابة وبسبب المحتوى غير اللائق وغير المناسب الذي قام بعض المستخدمين بتحميله [1].

إنستغرام في الجزائر:

بلغ عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر بجميع الوسائل التكنولوجية 22.71 مليون مستخدم بنسبة تقدر ب 52 % من تعداد السكان الكلي البالغ 43.45 مليون نسمة وبنسبة تطور سنوي بـ 2.4 مليون مستخدم جديد بما يمثل نسبة زيادة بلغت 12 %.

بلغ عدد مستخدمي الشبكة الاجتماعية إنستغرام في الجزائر سنة 2020 حوالي 4.90 مليون مستخدم بما يمثل 16% من تعداد السكان ابتداء من سن 13سنة فما فوق الذين يمثلون نسبة 72% من التعداد العام. ومن مجموع المستخدمين هناك نسبة 43.8% من جنس الإناث مقابل 56.3% من جنس الذكور. ويأتي موقع الإنستغرام في المرتبة الثانية بعد موقع الفيسبوك الذي بلغ عدد مستخدميه 20 مليون مستخدم بما يعادل 64 % من السكان ابتداء من سن 13 سنة فما فوق، أما موقع سناب شات فبلغ عدد مستخدميه 3.65 مليون مستخدم بما يعادل 12% من السكان ابتداء من 13 سنة فما فوق، وفي المرتبة الرابعة نجد موقع تويتر الذي بلغ عدد مستخدميه 846.5 ألف بنسبة 2.7% من التعداد السكاني ابتداء من 13 سنة فما فوق كذلك[2].

[1] المرجع نفسه،ص10.

[2] كياس عبد الرشيد،**موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام بين الاستخدامات والاشباعات**،مجلة البحوث والدراسات الإنسانية،المجلد 17، العدد 02، 2024،ص78.

المطلب الثالث:أسباب استخدام إنستغرام

تختلف منصات التواصل الاجتماعي في كيفية تعزيز التفاعل بين المستخدمين. يركز فيسبوك على الحفاظ على العلاقات مع الأشخاص المعروفين، بينما يوفر تويتر منصة لنشر تحديثات نصية قصيرة يمكن مشاركتها مع الجميع. أما إنستغرام، فيعتمد بشكل أساسي على مشاركة الصور ومقاطع الفيديو، مما يجعله منصة تواصل مختلفة من حيث طبيعة التفاعل والاستخدام. وهذا يعني أن دوافع استخدام إنستغرام وسلوكيات مستخدميه والنتائج المترتبة عليه تختلف عن تلك المرتبطة بالمنصات الأخرى.

يعد إنستغرام اليوم واحدًا من أسرع منصات التواصل الاجتماعي نموًا، إلا أن الأبحاث حوله لا تزال محدودة مقارنةً بفيسبوك وتويتر، رغم الاختلافات الواضحة في ميزاته وطريقة الاستخدام ونوع العلاقات التي يعززها. يجذب إنستغرام عددًا هائلًا من الزوار شهريًا، ومنذ إطلاقه في عام 2010، استقطب قاعدة مستخدمين أصغر سنًا مقارنةً بفيسبوك كما أنه يتميز بجاذبيته الأكبر بين النساء، خاصة ضمن الفئة العمرية 18–24 عامًا، التي تمثل النسبة الأكبر من مستخدميه[1].

يركز إنستغرام على الجانب البصري، حيث يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو مرفقة بتعليقات نصية، ولكن مع تركيز أكبر على العرض البصري والأسلوب الجمالي.

كما أن التطبيق مصمم بشكل أساسي للاستخدام عبر الهواتف الذكية، ويقدم أدوات تحرير رقمية، مثل الفلاتر والتعديلات البصرية، التي تتيح للمستخدمين تحسين صورهم ومقاطع

[1] Juliette Mark, Lindsey Rice , **Motivations for Instagram use: Personal validation and enhancing close relationships**, Online Journal of Communication and Media Technologies, 2023, P3.

الفيديو الخاصة بهم بطريقة منسقة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين ضبط إعدادات الخصوصية بحيث تكون حساباتهم متاحة للعامة أو مقتصرة على المتابعين فقط.

بسبب الطبيعة العلنية لإنستغرام، يُعتقد أنه قد يدفع المستخدمين إلى تقديم أفضل نسخة ممكنة عن أنفسهم أو عن حياتهم، مما قد يقلل من أصالة المحتوى المنشور ومن هذا المنطلق، تمت الإشارة إلى مفهوم "التحيز الإيجابي"، حيث يُلاحظ أن المنشورات ذات الطابع الإيجابي تلقى تفاعلًا أكبر، مما يزيد من الضغط على المستخدمين لنشر محتوى يعكس صورة مثالية كما أن بعض المستخدمين الذين يسعون للحصول على تأكيد اجتماعي من خلال منصات التواصل الاجتماعي يعملون على تنسيق منشوراتهم بطريقة معينة لتحقيق هذا الهدف.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن أحد الدوافع الأساسية لاستخدام إنستغرام يتمثل في البحث عن التقدير الاجتماعي والتفاعل الإيجابي، إلى جانب الرغبة في مشاركة المحتوى بطريقة منظمة ومرئية للعامة[1].

المبحث الثاني: إنستغرام وطرق استخدامه

أصبح تطبيق إنستغرام من أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي أثّرت في أنماط التعبير والتواصل الرقمي في العالم المعاصر، لا سيما في ظل الانتشار الواسع للهواتف الذكية وسهولة الوصول إلى الإنترنت وقد ساهمت التطويرات المتواصلة التي شهدتها المنصة منذ تأسيسها، سواء على مستوى الأدوات أو المميزات أو طرق التفاعل، في تحويلها إلى فضاء متعدد الوظائف، يُستخدم لأغراض ترفيهية، إعلامية، تجارية وحتى سياسية.

يهدف هذا المبحث إلى تسليط الضوء على الجوانب التقنية والمضمونية لتطبيق إنستغرام، من خلال التوقف عند أهم أدواته الوظيفية ومميزاته التي جعلته يحظى بشعبية كبيرة، إلى

[1] Ibid,p3.

جانب استعراض أبرز السلبيات المرتبطة باستخدامه، خاصةً تلك التي تمس الجانب القيمي والديني والاجتماعي وسيتناول هذا المبحث ثلاثة مطالب رئيسية: أدوات إنستغرام، مميزاته، ثم سلبياته.

المطلب الأول: أدوات إنستغرام

يتيح إنستغرام للمستخدمين تحميل الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، الاشتراك في خلاصات المستخدمين الآخرين، وإضافة تحديد المواقع الجغرافية للصور .يمكن للمستخدمين جعل حساباتهم "خاصة"، مما يجبرهم على الموافقة على أي طلبات متابعة جديدة. يمكن للمستخدمين أيضًا ربط حساباتهم على إنستغرام بمنصات التواصل الاجتماعي الأخرى لمشاركة الصور المنشورة هناك.

- منذ فبراير 2017، أصبح بإمكان المستخدمين إضافة ما يصل إلى 10 صور أو مقاطع فيديو في منشور واحد، مما يسمح بعرض المحتوى في شريط تمرير قابل للتصفح (Carousel).في البداية، كانت الميزة تدعم فقط الصور المربعة، ولكن في أغسطس 2017، تم تحديثها لدعم الصور العمودية والأفقية أيضًا.
- في أبريل 2018، أطلق إنستغرام وضع التركيز"Focus Mode" ، وهو وضع تصوير يطمس الخلفية مع إبراز الهدف الرئيسي في الصورة أو الفيديو.
- في نوفمبر 2018، بدأ إنستغرام بدعم النص البديل(Alt Text) ، مما يسمح للمستخدمين ضعاف البصر بإضافة وصف صوتي للصور، إما عن طريق التعرف التلقائي على العناصر في الصورة أو من خلال إدخالها يدويًا بواسطة المستخدم. [1]

[1] Rahul Amin, **IMPACT OF INSTAGRAM ON COLLEGE STUDENT, DEPTT. OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION**, University for the partial fulfillment of the Bachelor Degree in JMC,2022,P12.

- في 1مارس 2021، أعلن إنستغرام عن ميزة"Instagram Live Rooms" ، والتي تتيح لأربعة أشخاص البث المباشر في الوقت نفسه.
- في مايو 2021، أطلق إنستغرام ميزة الترجمة التلقائية لمقاطع الفيديو في Reels وStories، مما يسمح لصانعي المحتوى بإضافة ترجمات مغلقة لمقاطعهم[1].

- **الهاشتاغات(Hashtags#)**

في يناير 2011، قدم إنستغرام نظام الهاشتاغات (#) لمساعدة المستخدمين على اكتشاف المصورين والمحتوى ذي الصلة .يشجع إنستغرام المستخدمين على إنشاء وسوم فريدة وذات صلة بدلاً من استخدام عبارات عامة مثل ."photo"

استخدم مستخدمو إنستغرام الهاشتاغات لإنشاء "ترندات "على المنصة. وغالبًا ما ترتبط أشهر الترندات بأيام محددة من الأسبوع، حيث يتم نشر محتوى معين في أيام معينة مثل #ThrowbackThursdayأو.#MondayMotivation

- **ميزة"Explore"**

في يونيو 2012، أطلق إنستغرام ميزة "Explore"، وهي علامة تبويب داخل التطبيق تعرض الصور الشائعة، الصور الملتقطة في المواقع المحلية، ونتائج البحث .في يونيو 2015، تمت إضافة الوسوم الرائجة والمواقع الجغرافية والمحتوى المنسق وخيار البحث عن الأماكن.

في أبريل 2016، أضاف إنستغرام قناة "مقاطع الفيديو التي قد تعجبك "ضمن علامة التبويب Explore، وفي أغسطس 2016، أطلق قناة "الأحداث "التي تعرض محتوى مباشر للأحداث المهمة.

[1] Ibid,p12.

- **الفعاليات المباشرة و Instagram Storiesأكتوبر 2016**

في أكتوبر 2016، أطلق إنستغرام قسمًا جديدًا يعرض مقاطع فيديو من الحفلات الموسيقية والأحداث الرياضية والفعاليات المباشرة .كما قدم إنستغرام ميزة "Stories"في نفس العام، والتي أصبحت لاحقًا من أكثر الميزات شهرة على المنصة[1].

- **الفلاتر الخاصة بالتصوير**

يتيح إنستغرام لمستخدميه تطبيق مجموعة متنوعة من الفلاتر الفوتوغرافية على صورهم.

- في فبراير 2012، قدم إنستغرام فلتر "Lux"، الذي يعمل على تفتيح الظلال، تغميق الإضاءات، وتعزيز التباين.
- في ديسمبر 2014، أضاف خمسة فلاتر جديدة إلى مجموعته، وهي ,Slumber Crema, Ludwig, Aden,و.Perpetua

الفيديو على إنستغرام

- في يونيو 2013، أضاف إنستغرام ميزة رفع مقاطع فيديو مدتها 15 ثانية، والتي اعتُبرت ردًا من فيسبوك على تطبيق Vineالشهير حينها.
- في أغسطس 2015، دعم إنستغرام مقاطع الفيديو العريضة.(Widescreen Video)
- في مارس 2016، رفع إنستغرام الحد الأقصى لمدة الفيديو إلى 60 ثانية.
- في فبراير 2017، تم إطلاق ميزة الألبومات، التي تسمح بمشاركة ما يصل إلى 10 مقاطع فيديو في منشور واحد[2].

[1] Ibid,p12.

[2] Ibid,p13.

- **إنستغرام تي في(IGTV)**

في يونيو 2018، أطلق إنستغرام IGTV، وهو تطبيق مستقل للفيديوهات العمودية. يمكن لمستخدميه تحميل مقاطع فيديو تصل مدتها إلى 10دقائق وبحجم أقصى 650ميجابايت، بينما يمكن للمستخدمين الموثقين والمشهورين تحميل فيديوهات تصل مدتها إلى 60دقيقة وبحجم أقصى 5.4جيجابايت.

- **ميزةReels**

بدأ إنستغرام اختبار ميزة "Reels"في البرازيل في نوفمبر 2019، ثم توسع إلى فرنسا وألمانيا لاحقًا. هذه الميزة تشبه تطبيق تيك توك، حيث يمكن للمستخدمين إنشاء مقاطع فيديو قصيرة متزامنة مع مقاطع صوتية مسبقة.

في 17يونيو 2021، بدأ إنستغرام إدراج الإعلانات فيReels ، حيث تظهر على شكل مقاطع فيديو مدتها تصل إلى 30 ثانية .يتم تمييز الإعلانات بعبارة "Sponsored"أسفل اسم الحساب.

- **إنستغرام دايركت(Instagram Direct)**

تم الكشف عن Instagram Direct، أداة الرسائل الخاصة، في ديسمبر 2013، مما سمح للمستخدمين بالتفاعل عبر الرسائل الخاصة والصور والفيديوهات.

- في سبتمبر 2015، تم تحديث الميزة لإضافة سلاسل المحادثات وإمكانية إرسال الرسائل الخاصة مباشرة من موجز الأخبار[1].

[1] Ibid,p14.

- في نوفمبر 2016، أضاف إنستغرام خيار "الرسائل المؤقتة "التي تختفي بعد مشاهدتها، مع تنبيه المرسل إذا قام المستلم بالتقاط لقطة شاشة.
- في أبريل 2017، تم توحيد الرسائل الدائمة والمؤقتة في سلاسل رسائل موحدة.
- في مايو 2017، أصبح بإمكان المستخدمين إرسال صور في الوضع العمودي أو الأفقي بدون اقتصاص، وإرسال روابط مباشرة داخل الرسائل.
- في أغسطس 2020، بدأ فيسبوك دمج Instagram Direct مع Facebook Messenger، مما أدى إلى إلغاء إنستغرام دايركت كخدمة مستقلة.
- في مارس 2021، أُضيفت ميزة جديدة تمنع البالغين من إرسال رسائل للمستخدمين الذين تقل أعمارهم عن 18 عامًا ما لم يكونوا متابعين لهم.

- **إنستغرام ستوريز (Instagram Stories)**

- في يناير 2017، أضاف إنستغرام إعلانات قابلة للتخطي بمدة 5ثوانٍ للصور و15 ثانية للفيديو، تظهر بين القصص المختلفة.
- في أبريل 2017، تم تقديم ملصقات الواقع المعزز (AR Stickers) ، وهي نسخة مقلدة من ميزة سناب شات.
- في مايو 2017، أضاف إنستغرام "فلاتر الوجه "إلى الملصقات المعززة، مما يسمح للمستخدمين بتعديل صورهم وإضافة تأثيرات بصرية لوجوههم.
- في يونيو 2017، أصبح بإمكان المستخدمين حفظ البث المباشر ضمن القصة لمدة 24 ساعة بدلاً من حذفه فور انتهائه.
- في ديسمبر 2017، قدم إنستغرام ميزة"Story Highlights" ، التي تتيح حفظ القصص على الملف الشخصي بشكل دائم. [1]

[1] Ibid,p15.

- بحلول يونيو 2018، تجاوز عدد مستخدمي القصص النشطين يوميًا 400مليون مستخدم، في حين وصل إجمالي المستخدمين النشطين شهريًا إلى مليار مستخدم.

- **الإعلانات على إنستغرام:**في أكتوبر 2013، أعلن إنستغرام أن الإعلانات ستبدأ في الظهور في موجز المستخدمين في الولايات المتحدة، مع ظهور أول إعلان مصور في 1 نوفمبر 2013.

- في 30أكتوبر 2014، أضاف إنستغرام إعلانات الفيديو.
- في أكتوبر 2015، تم إطلاق إعلانات الكاروسيل(Carousel Ads) ، تلاها إعلانات الفيديو الكاروسيل في مارس 2016.
- بحلول فبراير 2016، كان لدى إنستغرام 200,000معلن، ووصل الرقم إلى 500,000 في سبتمبر 2016، ثم تجاوز مليون معلن في مارس 2017.
- في مايو 2016، أطلق إنستغرام ميزات حسابات الأعمال، والتي تضمنت ملفات تعريف مخصصة، إحصائيات، وإمكانية الترويج للمنشورات كإعلانات، بشرط ربط الحساب بصفحة فيسبوك.
- في مارس 2020، أعلن إنستغرام أنه سيزيل الحسابات المرتبطة بالمعلومات الكاذبة حول COVID-19من الاقتراحات ومنع بعض المحتوى من Exploreإلا إذا تم نشره من قبل منظمات صحية موثوقة.
- في يونيو 2021، قدم إنستغرام ميزة "التسويق بالعمولة"، مما يسمح للمؤثرين بكسب عمولات بناءً على المبيعات .يتم تمييز المنشورات المؤهلة بعبارة "Eligible for Commission".[1]

[1] Ibid,pp,16,17.

المطلب الثاني: مميزات إنستغرام

يوفر الإنستغرام مجموعة من الميزات التي تعزز تجربة المستخدم، منها:

1. **القصص:(Instagram Story)** تتيح هذه الميزة للمستخدمين مشاركة صور ومقاطع فيديو قصيرة تختفي بعد 24 ساعة، مما يسمح لهم بالتفاعل اليومي مع متابعيهم بطريقة سلسة.
2. **الفلاتر:(Instagram Filters)** توفر الفلاتر تأثيرات بصرية متنوعة تُستخدم لتحسين مظهر الصور والفيديوهات، مما يزيد من جاذبية المحتوى المنشور.
3. **الرسائل المباشرة:(Direct Messages – DM)** تمكن المستخدمين من إرسال رسائل خاصة إلى أفراد أو مجموعات، مما يسهل التواصل الشخصي بين المستخدمين داخل التطبيق.
4. **البث المباشر:(Instagram Live)** تتيح هذه الميزة للمستخدمين بث فيديوهات مباشرة والتفاعل مع متابعيهم عبر التعليقات الفورية، مما يعزز من التواصل الفعّال.
5. **إنستغرام:(IGTV) TV** توفر هذه الميزة إمكانية مشاركة مقاطع فيديو طويلة تتجاوز الحد الزمني المسموح به في المنشورات العادية، ما يسمح بإنشاء محتوى مرئي أكثر تفصيلاً.

يُعدّ الإنستغرام من أكثر التطبيقات استخدامًا لمشاركة المحتوى الرقمي، حيث يعتمد على خوارزميات ذكية لتحديد اهتمامات المستخدمين وتقديم المحتوى الأكثر ملاءمة لهم[1].

[1] بن احميدة آمنة ، "**تأثير مصداقية المؤثر عبر الإنستغرام في تفعيل السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري : دراسة ميدانية على عينة من الطالبات الجامعيات**" ، مجلة الابتكار والتسويق ، المجلد 10 ،العدد 01، 2023،ص ص،75، 76.

المطلب الثالث: سلبيات إنستغرام

- النقاشات والجدالات التي لا نفع منها سوى الطعن والسبّ والتحريش بين المسلمين.
- كشف الخفايا وإطلاع الجميع على ما يدور، حتى في أمور يُفضل أن تبقى محفوظة.
- إدمان البعض على استخدامه إلى درجة تُنسيهم الذكر والعبادة.
- استغلاله من قِبل بعض شرار الناس في نشر الفتن والكذب والإشاعات والتدليس.
- نشر ما يُسيء إلى ديننا، والانتهاكات الخطيرة لعقيدتنا، في ظل انعدام الرقابة الإسلامية القائمة على الشريعة الغرّاء[1].

[1] وردبريس.كوم، على الرابط:https://alreem11.wordpress.com/2014/05/26 ،تاريخ الإطلاع: 2025/06/17، على الساعة:06:00.

خلاصة الفصل:

بعد التعمق في دراسة ماهية تطبيق إنستغرام، تبيّن أن هذه المنصة ليست مجرد أداة لنشر الصور والفيديوهات، بل هي نظام اجتماعي بصري متكامل، يعكس تحوّلات عميقة في أساليب التعبير والتواصل في العصر الرقمي فقد استعرضنا في هذا الفصل النشأة التاريخية للتطبيق ومساره التطوري، فضلًا عن تحليل دوافع استخدامه المختلفة، ومميزاته التي جعلته يحظى بشعبية واسعة، بالإضافة إلى الإشارة إلى بعض سلبياته التي أثارت جدلًا واسعًا على المستويين الاجتماعي والقيمي. ويُمهّد هذا الطرح النظري الطريق نحو الفصل التالي الذي سيتناول بشكل مفصل استخدامات إنستغرام وأدواته التقنية، مما يسمح بفهم أعمق لطريقة اشتغاله وأثره في تشكيل المضامين الرقمية الحديثة، خاصة في السياقات الإعلامية.

الفصل الثاني: المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى

تمهيد

المبحث الأول: لمحة عن معركة طوفان الأقصى

المطلب الأول: تعريف وخلفيات معركة طوفان الأقصى

المطلب الثاني: أسباب ودوافع عملية طوفان الأقصى

المطلب الثالث: سمات ونتائج عملية طوفان الأقصى

المبحث الثاني: معركة الطوفان الأقصى في المضامين الإعلامية الوطنية

المطلب الأول: التغطية الإعلامية للحروب

المطلب الثاني: دور الإعلام في إدارة معركة طوفان الأقصى

المطلب الثالث: التغطية الإعلامية الوطنية لعملية طوفان الأقصى

المبحث الثالث: لمحة عن معركة الطوفان الأقصى في المضامين الإعلامية الدولية

المطلب الأول: التغطية الإعلامية الأوروبية لعملية طوفان الأقصى

المطلب الثاني: تغطية الإعلام الإسرائيلي لعملية طوفان الأقصى

المطلب الثالث التغطية الإعلامية لقناة الجزيرة لطوفان الأقصى

خلاصة الفصل

تمهيد:

مثّلت معركة "طوفان الأقصى" نقطة تحوّل محورية لم تكن عسكرية فقط، بل إعلامية أيضًا، حيث شكّلت لحظة فاصلة أعادت رسم ملامح الخطاب الإعلامي الفلسطيني والعربي والدولي في عالم تسوده السرعة الرقمية والتدفق اللامحدود للمعلومات، أصبح الإعلام أداة استراتيجية لا تقل شأنًا عن السلاح، بل إنه تجاوز أحيانًا دوره التقليدي في نقل الخبر إلى فاعل مباشر في تشكيل الرأي العام وصياغة السرديات وعليه، جاء هذا الفصل ليُسلّط الضوء على كيفية معالجة هذه المعركة الكبرى إعلاميًا، من خلال استعراض أبعادها المختلفة في الإعلام الوطني والدولي، وتحليل التغطيات والسرديات التي أنتجتها مختلف المنابر الإعلامية، سواء تلك المنحازة للقضية الفلسطينية، أو التي حاولت تبرير العدوان الإسرائيلي من منطلقات سياسية وأيديولوجية.

وينقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث أساسية، يُعنى أولها بتقديم لمحة شاملة عن معركة طوفان الأقصى، من حيث السياق التاريخي والسياسي والعسكري، وما رافقها من أبعاد إعلامية. أما المبحث الثاني، فيركّز على كيفية تناول الإعلام العربي، لا سيما الجزائري، لهذه المعركة، ويستعرض الأطر الخطابية التي تبنّاها في التعبير عن التضامن مع الفلسطينيين وفضح الجرائم الإسرائيلية. بينما يعالج المبحث الثالث التغطية الإعلامية الدولية، من خلال تحليل نماذج من الإعلام الأوروبي والإسرائيلي، إلى جانب قناة الجزيرة الإنجليزية بوصفها فاعلًا إعلاميًا دوليًا تميّز بسردية متوازنة نسبيا.

المبحث الأول: لمحة عن معركة طوفان الأقصى

مثّلت معركة "طوفان الأقصى" نقطة تحوّل تاريخية في مسار الصراع الفلسطيني–الصهيوني، إذ أعادت تشكيل معادلات القوة، وفتحت الباب على مصراعيه أمام تساؤلات كبرى تتعلق بمستقبل الاحتلال، وبالتحولات الجيوسياسية والأمنية في المنطقة. فقد فاجأت هذه العملية العالم بجرأتها وتنظيمها وحجمها، لتعيد القضية الفلسطينية إلى صدارة الاهتمام الدولي، بعد سنوات من محاولات التهميش والتطبيع وتأتي أهمية هذا المبحث من كونه يتناول الخلفيات التاريخية والسياسية التي مهّدت لهذه المعركة، ويقف عند مفهومها وتوقيتها وأهدافها، كما يسلط الضوء على دوافعها الظاهرة والخفية، مع التطرق إلى السياقات الإعلامية التي رافقتها، والسمات الميدانية التي ميّزتها، إلى جانب النتائج السياسية والإنسانية والاقتصادية التي ترتبت عليها إن فهم أبعاد هذه المعركة لا يقتصر على الجانب العسكري فحسب، بل يشمل تحليلًا شاملًا للواقع الفلسطيني المعقّد، والديناميات الإقليمية والدولية التي تفاعلت معها.

المطلب الأول: تعريف وخلفيات معركة طوفان الأقصى

يتناول هذا المطلب التعريف بمعركة طوفان الأقصى بوصفها محطة مفصلية في تاريخ المقاومة الفلسطينية، مع التوقف عند الخلفيات السياسية والتاريخية التي مهدت لاندلاعها في ظل تصاعد الاعتداءات الصهيونية.

أولا:مفهوم معركة طوفان الأقصى

هي عملية عسكرية ممتدة شنتها فصائل المقاومة الفلسطينية في قطاع غزة وعلى رأسها حركة حماس عبر ذراعها العسكري كتائب الشهيد عز الدين "القسام" في ساعات الصباح الأولى من يوم السبت (7) تشرين الأول 2023 م الموافق (22) ربيع الأول 1445هـ، إذ أعلن القائد العام للكتائب مُحمَّد الضيف، بدء العملية ردًّا على الانتهاكات الصهيونية في المَسْجِدِ الأقصى

المبارك واعتداء المستوطنين الصهاينة على الفلسطينيين في القدس ومناطق الضفة الغربية المحتلة[1].

ثانيا: خلفيات معركة طوفان الأقصى

جاءت العملية التي أطلقت عليها حركة حماس اسم «طوفان الأقصى» في سياق تصاعدي من الاعتداءات المتواصلة التي تمارسها حكومة الاحتلال، والتي تُعدّ الأكثر تطرفًا في تاريخ إسرائيل، وتضم في صفوفها أبرز قادة المستوطنين. وقد تمثلت هذه الاعتداءات في الانتهاكات المستمرة بحق المدنيين الفلسطينيين في الضفة الغربية، من خلال استباحة أراضيهم تمهيدًا لمصادرتها وتهويدها.[2]

لقد تشكّلت الأحداث التي سبقت السابع من أكتوبر بفعل تداخل معقّد لعوامل سياسية واجتماعية واقتصادية، بما في ذلك تأثير الاستعمار والقومية والصراع من أجل تقرير المصير بمعنى آخر، كانت الأحداث التي سبقت السابع من أكتوبر متأثرة بشدة بالسياق التاريخي والظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية المعقدة في فلسطين. لقرون طويلة، كانت المنطقة تحت الحكم العثماني قبل أن تخضع للسيطرة البريطانية بعد الحرب العالمية الأولى، مما أدى إلى فترة من الغموض والتغيّرات.

خلال هذه الفترة، بدأت التوترات تتصاعد بين المجتمعات العربية واليهودية في فلسطين. وزاد من حدّة هذه التوترات صعود الصهيونية، وهي حركة تنادي بإقامة وطن قومي لليهود في

[1] عدنان جلاب منيجل، عامر جواد كاظم، **اتجاهات تغطية الصحافة العراقية الرسمية لعملية طوفان الأقصى دراسة تحليلة لجريدة الصباح للمدة من 7_10_2023 ولغاية 7_11_2023**، مجلة كلية الإمام الكاظم،المجلد 08،العدد 3، 2024،ص121.

[2] المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، **عملية طوفان الأقصى :انهيار الاستراتيجية الإسرائيلية تجاه غزة**، قطر، 2023،ص4.

فلسطين وازدادت الهجرة اليهودية إلى فلسطين بشكل ملحوظ نتيجة معاداة السامية في أوروبا وهدف الصهيونية المتمثل في إقامة دولة يهودية.

لكن هذه الهجرة أدّت إلى نزاعات على الأراضي واشتباكات مع السكان العرب، الذين كانوا يخشون من التهجير بفعل تزايد الوجود اليهودي. وقد زادت فترة الانتداب البريطاني من تعقيد الوضع حيث أدى تصريح بلفور عام 1917، الذي عبّر عن دعم بريطانيا لإنشاء وطن قومي لليهود في فلسطين، إلى تعميق مشاعر الاستياء العربي من الاستعمار البريطاني[1].

كما فشل الانتداب في تلبية الطموحات الوطنية للسكان العرب، مما أدى إلى سخط واسع واضطرابات. وبحلول أواخر ثلاثينيات القرن الماضي، أصبحت الأوضاع في فلسطين شديدة التوتر وقد فاقم "الثورة العربية" (1936–1939)، والتي اندلعت رفضًا للهجرة الصهيونية والسياسات البريطانية، من التوتر بين الطوائف. وتميزت هذه الثورة بأعمال عنف وعصيان مدني، مما عكس عمق المظالم السياسية وتعقيد المشهد في المنطقة.

بشكل عام، فإن الأحداث التي سبقت السابع من أكتوبر كانت نتاجًا لمزيج من العوامل التاريخية والسياسية والاجتماعية. إذ لعبت الرغبة في تقرير المصير، والتنافس بين السرديات الوطنية، والصراع على الأرض والموارد، دورًا أساسيًا في تشكيل الصراع في فلسطين.

لقد ألقت أحداث السابع من أكتوبر بظلال ثقيلة على المجتمع الدولي، وأثارت قلقًا عميقًا بشأن أخلاقيات الحروب وحماية حياة المدنيين.

في أول تقرير علني لها منذ الهجوم، صرّحت حركة حماس أن ما جرى كان "خطوة ضرورية وردًا طبيعيًا في مواجهة كل المؤامرات الإسرائيلية ضد الشعب الفلسطيني". في صباح

[1] MOUFFOK Hasna,**The Role of Aqsa Flood Attacks (October 7th 2023) in the Religious Palestinian–Zionist Conflict,MASTER THESIS,**Department of English Language and Literature,Mohamed Khider University of Biskra,2024,p38.

7 أكتوبر، هاجم مقاتلو حماس مستوطنات على الحدود الجنوبية للكيان الصهيوني مع قطاع غزة[1] .

وبحسب الأرقام الرسمية الصهيونية، فقد أحصت قناة الجزيرة مقتل ما لا يقل عن 1,139 شخصًا في العملية، إضافة إلى أسر حوالي 240 آخرين. وخلال هدنة استمرت سبعة أيام في أواخر نوفمبر، أُفرج عن مئات من الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال مقابل إطلاق سراح حوالي 100 من الرهائن.

وقد اتهم مسؤولون صهاينة مقاتلي حماس بارتكاب جرائم حرب، مثل الاغتصاب والتعذيب والتشويه، خلال الهجوم، وهي اتهامات نفتها حماس بشدة. ووفقًا للمصدر ذاته، فإن حماس تعتزم استهداف منشآت عسكرية صهيونية وأسر جنود، كوسيلة للضغط على سلطات الاحتلال من أجل الإفراج عن آلاف الأسرى الفلسطينيين.

وأكدت الحركة، على لسان مقاتلي كتائب القسام، أن الامتناع عن إيذاء المدنيين هو "واجب ديني وأخلاقي"، وأشار التقرير إلى أنه "إن وُجدت حالات استهداف للمدنيين، فقد كانت غير متعمدة وحدثت في سياق الاشتباك مع قوات الاحتلال". ومن "العيوب المحتملة" في العملية، كما ورد في التقرير، الانهيار السريع في البنية العسكرية والأمنية الصهيونية والفوضى التي أعقبتها في محيط قطاع غزة.

وجاء في التقرير: "بسبب الارتباك، قتلت قوات الجيش والشرطة الصهيونية عددًا من الصهاينة بأنفسهم."

[1] Ibid,P39.

وبحسب مصادر فلسطينية ميدانية، فقد دمّر الاحتلال معظم مدينة غزة في هجومه الوحشي ردًا على عملية السابع من أكتوبر، مستهدفًا النساء والأطفال. وقد اتهم قادة فلسطينيون ومنظمات حقوقية الاحتلال الصهيوني بارتكاب جرائم حرب خلال اجتياحه لغزة[1] .

كما تناول تقرير حماس الأزمة الإنسانية في غزة بعد الحرب، وصدر بعد يوم واحد من تأكيد رئيس وزراء الاحتلال بنيامين نتنياهو معارضته لاستقلال فلسطين. وأكد التقرير أن "لا أحد في العالم" يملك الحق في اتخاذ القرارات نيابة عن الشعب الفلسطيني، قائلاً إن "لدى الفلسطينيين القدرة على تقرير مستقبلهم وترتيب شؤونهم الداخلية.[2]"

المطلب الثاني: أسباب ودوافع عملية طوفان الأقصى

- **الأسباب الظاهرة:** تشمل الاحتلال الصهيوني الغاشم، حصار أهل غزة، والاعتداءات المتكررة على المسجد الأقصى، بالإضافة إلى خفوت صوت القضية الفلسطينية عالميًا وتسابق الدول العربية للتطبيع مع الكيان الصهيوني والتعاون في إنهاء الوجود الفلسطيني.
- **الأسباب مخفية** :الاحتلال يسعى لتوفير ذريعة لتهجير أهل غزة واحتلالها بالكامل، بالإضافة إلى إنشاء قناة مائية بين البحرين عبر أراضي غزة، على غرار قناة السويس.[3]

على منصات التواصل الاجتماعي، يظهر المظهر لغير المدقق كأنه واحة ديمقراطية برعاية التكنولوجيا، ورغم الادعاءات الكاذبة لبعض منصات التواصل مثل فيسبوك وجوجل وتويتر (سابقًا) بأنها تقف على الحياد في الأزمات والصراعات المختلفة، فإن الأحداث الأخيرة، من

[1] Ibid,P39.

[2] Ibid,P40.

[3] فاطمة فايز،**أطر تغطية أحداث طوفان الأقصى في المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية CNN بالعربية و BBC بالعربية نموذجا** ،المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام ،د،س،ص 131.

طوفان الأقصى وصولًا إلى الاعتداءات الوحشية لقوات الاحتلال الإسرائيلية على الفلسطينيين، كشفت زيف وانحياز هذه المنصات لمصلحة الجانب الإسرائيلي. وقد ظهر التضييق بشكل واضح على المحتوى الداعم للقضية الفلسطينية، حيث يتم تصفية وحجب بعض المنشورات أو حتى حسابات المستخدمين المناصرين للقضية.

كما حدد المفوض الأوروبي مهلة 24 ساعة لشركة ميتا (الشركة الأم لفيسبوك وإنستجرام) لإزالة المحتوى المؤيد لحماس عبر منصاتها، وكشفت الشركة عن موقفها والإجراءات التي اتخذتها خلال الحرب المستمرة بين إسرائيل وحماس. واعترفت ميتا بأنها تزيل الثناء والدعم الجوهرية لحماس من منصاتها، التي شهدت انتشار صور متلاعب بها.

دعا بعض صناع المحتوى إلى عدم كتابة أي كلمة عن فلسطين سواء هاشتاج أو جملة باللغة العربية، وكتابة هاشتاج إسرائيل بدلًا من ذلك، لكن المحتوى يعبر عن فلسطين بشكل كامل، وبذلك لا يمكن حظر المحتوى، لأن منصات التواصل أو أداة الذكاء الاصطناعي تعتبره محتوى يعبر عن إسرائيل.

ختامًا، وعلى الرغم من أن الجانب الإسرائيلي يمتلك كافة الوسائل السياسية والاقتصادية والعسكرية، فإنه يسخر قدراته الإعلامية ويعتمد على فصاحة اللغة والبحث في ثقافات الشعوب ليسهل عليه التأثير وإقناع الرأي العام[1].

[1] المرجع نفسه،ص 132.

المطلب الثالث: سمات ونتائج عملية طوفان الأقصى

أولا: سمات عملية طوفان الأقصى

أظهرت عملية "طوفان الأقصى" تطورًا لافتًا في أداء المقاومة الفلسطينية ومقاتلي حركة حماس، حيث انتقلت من مجموعات ثورية مسلحة إلى ما يشبه جيش تحرير نظامي، طبق قواعد الهجوم للقوات المشتركة (برية، جوية، بحرية) بشكل منسق، مستخدمةً تكنولوجيا بسيطة، لكنها سخّرت بفعالية لتحقيق أهدافها. ويمكن وصف العملية بأنها نوعية واستثنائية، خارجة عن سياقات التوقع، سواء من حيث الأهداف أو التوقيت أو التحركات والأساليب، فضلًا عن حجم الخسائر التي ألحقتها بالعدو. وقد شكّلت هذه العملية منعطفًا تاريخيًا من شأنه أن يرسم معالم مرحلة جديدة في الشرق الأوسط.

وفي ضوء ذلك، يمكن تلخيص أبرز السمات التي ميّزت العملية في النقاط الآتية:

1. **عنصر المفاجأة:** شكّل عامل المفاجأة جوهر الهجوم الذي شنته حركة حماس، إذ باغتت العملية مختلف الأطراف المعنية بالصراع الفلسطيني–الإسرائيلي، من حيث النوع والحجم والتوقيت والنتائج.
2. **السرية والعمل الاستخباراتي:** لم تتوقع الأجهزة الأمنية الإسرائيلية وقوع العملية، حيث فشلت الاستخبارات في الكشف عن تفاصيل مخططاتها، ما يدل على مستوى عالٍ من التكتّم والاحتراف في التحضير.
3. **اتخاذ القرار والتخطيط والتنفيذ:** العملية كانت قرارًا انفراديًا لحركة حماس بنسبة 100%، كما أكدت قيادتها، وقد شكّلت مفاجأة حتى لأقرب حلفائها. ويؤشر ذلك إلى دقة التنظيم وسرية التنفيذ.

4. **التوقيت:** نُفّذت العملية فجر يوم السبت، في السابع من أكتوبر 2023، وهو توقيت يحمل دلالات رمزية، إذ يتزامن مع ذكرى حرب أكتوبر 1973، وعيد العرش اليهودي، وهي فترة تُعرف بحالة من الخمول الأمني في صفوف الجيش الإسرائيلي .
5. **التضليل الاستراتيجي:** برعت المقاومة في استخدام مناورات تضليلية لخداع العدو، مستغلةً حالة الانقسام الداخلي الإسرائيلي، وقدّمت انطباعًا زائفًا بأنها غير معنية بالمواجهة، بل مهتمة بالجانب الاقتصادي فقط، وهو ما ثبت بطلانه لاحقًا[1] .
6. **أساليب الاقتحام:** استُخدمت وسائل متنوعة في تنفيذ الهجوم، شملت الطائرات المُسيّرة، والأنفاق، والاقتحام البري، والمظليين، وإزالة السياج الفاصل، ما يدل على تنوع وتكامل أدوات التنفيذ.
7. **نظرية الصدمة:** اعتمدت العملية على إحداث صدمة نفسية وعسكرية، حيث تم الاقتحام والاشتباك، ثم انسحاب بعض وحدات النخبة بعد تنفيذ المهمة، وأسفرت العملية عن مقتل نحو 1400 إسرائيلي، وإصابة 3000 آخرين، بينهم كبار الضباط.
8. **اختراق "غلاف غزة":** يُعدّ الغلاف منطقة أمنية حساسة تمثل خط الدفاع الأول لإسرائيل. وقد شكّل تسلل مقاتلي القسام إليه، وتجولهم داخله بأسلحتهم، اختراقًا غير مسبوق، تسبب في نزوح جماعي للمستوطنين، وخلق أزمة أمنية داخلية كبيرة.
9. **التحكّم في الاتصالات:** حافظت المقاومة على الأمن التشغيلي بامتياز، حيث تجنّبت إلى حد كبير استخدام الوسائل الإلكترونية المكشوفة، ما صعّب على العدو مراقبة التحضيرات أو اعتراضها.
10. **حجم وسرعة الهجوم:** أربك الهجوم، بحجمه وسرعته، الأنظمة الدفاعية الإسرائيلية التي لم تكن على استعداد لمواجهته، وكشف عن ضعف المنظومة الأمنية في الاستجابة الفورية.

[1] نبيل محسن بدرالدين، **تداعيات عملية طوفان الأقصى على القضية الفلسطينية**،مجلة جامعة الملكة أروى العلمية، العدد 26، 2023،ص3.

11. والمتحكم في زمان ومكان المواجهة، ما أخرج إسرائيل من موقع السيطرة إلى موقع الدفاع الضعيف[1].

ثانيا: نتائج عملية طوفان الأقصى

أدت التطورات المتلاحقة لعملية طوفان الأقصى وما تلاها من عدوان غاشم من طرف الاحتلال الإسرائيلي على قطاع غزة بعد الـ 7 أكتوبر، إلى تغييرات مفصلية على مستوى العالم، انطلاقا من داخل فلسطين إلى المستوى الدولي، إذ ترتبت عليها عديد النتائج، وفيما يلي سردها:

1. **إنسانيا:** كشف آخر احصائيات معركة طوفان الأقصى، الصادرة عن المكتب الإعلامي لحركة حماس، والمرصد الأورومتوسطي، بتاريخ 21/05/2024، عن حصيلة كارثية في عدد الشهداء والجرحى والمفقودين، بالإضافة إلى حجم الدمار الذي طال المباني السكنية، ناهيك عن الخسائر التي طالت الكثير من المجالات كالصحة والتعليم ،وغيرها، مع أزيد من 43.640 شهيد وأزيد من 79852 جريح، وأزيد من 435.400 وحدة سكنية مدمرة بشكل كلي أو جزئي، مع وجود 2 مليون نازح، وخروج أزيد من 33 مستشفى تم تدميره وخروجه عن الخدمة.
2. **اقتصاديا:** 58 مليار دولار كلفة الحرب على غزة حسب البنك المركزي الإسرائيلي، مع 15% تراجع مؤشر البورصة، وتراجع أسهم بعض الشركات إلى أكثر من 35 ، وتراجع أسهم أكبر 5 بنوك مدرجة في بورصة تل أبيب بنسبة 20% و 10% خسارة في الأسهم المرتبطة بإسرائيل على مستوى العالم.
3. **سياسيا ودوليا:** سحب بعض الدول السفرائها من تل أبيب وطرد أخرى لسفراء إسرائيليين لديها كبوليفيا وتشيلي وكولومبيا، وسقوط صورة إسرائيل في المجتمع الدولي بارتكابها لمجازر إبادة رفع دعوى جنائية لدى محكمة العدل الدولية ضد إسرائيل بارتكاب جرائم

[1] المرجع نفسه،ص4.

حرب وإبادة وزيادة الاعتراف بالدولة الفلسطينية وبلوغ 147 دولة من أصل 192 دولة، وتزايد حدة المعارضة الإسرائيلية ضد سياسيات حكومة نتنياهو، مع انطلاق عدة مسيرات ومظاهرات شعبية مساندة للشعب الفلسطيني في شتى بقاع العالم والخروج في احتجاجات للمستوطنين الإسرائيليين لمطالبة نتنياهو بإجراء صفقة تبادل الأسرى، ومطالب باستقالته من الحكومة ونشوء اعتصامات طلابية في كبرى الجامعات الأمريكية وبعض المناطق في العالم وزيادة الوعي بضرورة المقاطعة التجارية للسلع والبضائع التي تدعم إسرائيل[1].

المبحث الثاني: معركة الطوفان الأقصى في المضامين الإعلامية الوطنية

شكّلت معركة طوفان الأقصى لحظة فارقة في المشهد الإعلامي العربي، حيث عبّرت مختلف وسائل الإعلام الوطنية عن مواقفها من العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة، متجاوزة التغطية الإخبارية التقليدية إلى تبني خطاب مقاوم ينسجم مع نبض الشارع العربي وتاريخ النضال الفلسطيني. في هذا السياق، أدّت وسائل الإعلام الجزائرية، إلى جانب نظيراتها في العالم العربي، دورًا محوريًا في كشف جرائم الاحتلال، والتأكيد على شرعية المقاومة، من خلال تغطياتٍ مكثفة اتسمت بالوضوح والمباشرة في دعم الحق الفلسطيني. وقد أسهم هذا الحراك الإعلامي في إعادة تشكيل الوعي الجمعي العربي، وفي مواجهة الخطاب الدعائي المهيمن في بعض وسائل الإعلام الدولية.

يتناول هذا المبحث خصوصيات التغطية الإعلامية للحروب، باعتبارها أحد أكثر أشكال التغطية تعقيدًا من الناحية المهنية والأخلاقية، لما تفرضه من تحديات تتعلق بالوصول إلى المعلومة ومقاومة التضليل. كما يسلط الضوء على كيفية إدارة الإعلام الوطني، لا سيما العربي، لمعركة طوفان الأقصى، باعتبارها نموذجًا للتداخل بين البعد السياسي والإنساني

[1] سويقات محمد عبد المنعم،**نفس المرجع السابق**، ص ص، 52، 53.

والدعائي في الخطاب الإعلامي. ويركز المبحث أيضًا على التغطية الإعلامية الجزائرية، من خلال تحليل عينة من المقالات والبرامج التي عكست خطابًا وطنيًا متماسكًا منحازًا للقضية الفلسطينية، وساهم في كشف الانتهاكات الإسرائيلية، وفي التشكيك بالمصداقية الأخلاقية لوسائل الإعلام الغربية المنحازة.

المطلب الأول: التغطية الإعلامية للحروب

تُعدّ تغطية الحرب من أكثر أشكال التغطية الإعلامية تعقيدًا وحساسية، حيث تضع الصحفيين أمام تحديات مهنية وأخلاقية كبيرة. فالحروب ليست مجرد أحداث آنية، بل هي سياقات مشحونة بالعنف، والخطر، والتضليل، والعاطفة، وهو ما يجعل من الصعب على الصحفيين نقل الحقيقة بشكل موضوعي ومتوازن.

تشير الدراسات إلى أن الأزمات الأمنية، وفي مقدمتها الحروب، تمثل ذروة الأزمات التي يمكن أن يواجهها الصحفي، لما تخلقه من حالة عدم يقين تتطلب إجراءات حماية إضافية، وتفرض ضغوطًا قد تؤثر على استقلالية التغطية الإعلامية. فالحرب، كما يراها بعض المهنيين، هي «ذروة الأزمة» و«آخر تدخل بشري ممكن»، وغالبًا ما تكون الحقيقة أولى ضحاياها[1].

تتميّز تغطية الحرب بعدة خصوصيات تفصلها عن أنواع الأزمات الأخرى. من أبرز هذه الخصوصيات صعوبة الوصول إلى المعلومة الدقيقة والمتنوعة، سواء بسبب القيود العسكرية، أو لأسباب تتعلق بالأمن القومي، أو حتى نتيجة للرقابة التي تفرضها بعض الجهات الفاعلة في النزاع. كما أن الصحفيين قد يجدون أنفسهم مضطرين للاعتماد على مصادر قد لا تكون محايدة، أو قد تضللهم بقصد أو بغير قصد.

[1] Marie-Eve Carignan, **La modification des pratiques journalistiques et du contenu des nouvelles télévisées du quotidien à la situation de crise : analyse France/Québe**, Thèse de l'obtention du grade de Philosophiæ Doctor, l'Université de Montréal, 2014,p274.

إحدى النقاط اللافتة أيضًا في تغطية الحروب هي الطابع الدولي للمحتوى؛ فالتقارير الحربية كثيرًا ما تشمل أطرافًا ودولًا متعددة، على عكس أزمات أخرى تظل محلية أو وطنية الطابع. إلا أن هذه التغطية، رغم طابعها العابر للحدود، تميل غالبًا إلى التركيز على وجهة نظر الدولة أو المؤسسة الإعلامية التي تبثّ التقرير، بينما تُهمّش أصوات السكان المحليين المتأثرين مباشرة بالنزاع، سواء كانوا مدنيين أم عسكريين.

هذا التوجه يؤدي إلى تغطية تخدم المصلحة الوطنية بدرجة أكبر من نقل الصورة الكاملة والمعمقة لما يجري في مناطق الحرب. وبالتالي، يُصبح الجمهور في بلد معين أكثر وعيًا بخسائر بلاده البشرية والسياسية في النزاع، لكنه يظل غالبًا غافلًا عن الأسباب الحقيقية وراء اندلاع الحرب أو عن تداعياتها على المجتمعات المتضررة منها مباشرة.

في المجمل، فإن تغطية الحروب تستدعي من الصحفيين ووسائل الإعلام قدرًا عاليًا من المهنية، والحياد، والقدرة على مقاومة الضغوط، بالإضافة إلى الوعي بخطورة نقل صور أحادية أو خطاب منحاز. فالتحدي لا يقتصر فقط على الوصول إلى المعلومة، بل يمتد ليشمل كيفية معالجتها ونقلها للجمهور في ظل سياقات يغيب فيها التوازن، وتسودها مشاعر الخوف، والغضب، والانقسام[1].

المطلب الثاني: دور الإعلام في إدارة معركة طوفان الأقصى

لقد أثبت الإعلام الحربي، منذ أقدم العصور، مكانته كأداة رئيسية في الحرب النفسية، بدءًا من توزيع المنشورات الورقية عبر المناطيد والطائرات، مرورًا ببث الدعاية عبر محطات الراديو، ووصولًا إلى العصر الرقمي الذي شهد توظيف التلفاز والصحف الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، وعلى الصعيد الفلسطيني، كانت الكتابة على الجدران خلال انتفاضة الحجارة في

[1] Ibid,p275.

الثمانينيات مثالًا مبكرًا على ابتكار وسائل إعلام المقاومين، غير أن الحضور الإعلامي للمقاومة بلغ ذروته في معركة "طوفان الأقصى" عام 2023 فقد تمكنت حركة حماس ومقاومتها من إنتاج فيديوهات يومية موثّقة لتدمير الدبابات واختراق مواقع الجيش "من مسافة صفر"، ما أسقط الأسطورة الإسرائيلية عن جيش "لا يُقهر". إلى جانب ذلك، اقتنصت المقاومة فرصة تبادل الأسرى لنشر فيديوهات إنسانية، عكست احترامها لحقوق الأسرى الإسرائيليين، وهو ما أكسبها تعاطفًا واسعًا لدى الجمهور العربي والغربي[1].

في المقابل، فشلت إسرائيل في مواجهة هذه المعركة الإعلامية بالرغم من احتضانها دعمًا قويًا من كبار الإعلام الغربي لقد اعتمدت الرواية الإسرائيلية على الهولوكوست كسلاح نفسي لتصوير نفسها ضحية، لكنها تعثرت في توضيح أهدافها، وتبرير استهداف المدنيين والمستشفيات وعندما أدركت فشلها في الميدان الرقمي بعد انقطاع الإنترنت في غزة، عادت إلى توزيع المنشورات الورقية القديمة التي دعتها فيها للسكان إلى النزوح وتسليم قيادات المقاومة، إن تجربة "طوفان الأقصى" تؤكد أن إدارة الإعلام الحربي لا تقل أهمية عن القدرات العسكرية التقليدية؛ فالمقاومة الفلسطينية برهنت على قدرتها الفائقة في خوض "الحرب الإعلامية" وتحويلها إلى ساحة انتصار نوعي، في حين عجزت إسرائيل عن الحفاظ على هيمنتها السردية، حتى لجأت إلى أدوات من الماضي[2].

[1] TRT Global بالخطابات والفيديوهات.. كيف تفوقت المقاومة في توظيف الإعلام ضد الاحتلال؟، على الرابط https://trt.global/arabi/article/16308939، تاريخ الإطلاع:2025/06/18. علا الساعة:02:00.

[2] TRT Global ، المرجع نفسه.

المطلب الثالث: التغطية الإعلامية الوطنية لعملية طوفان الأقصى

تميّز الإعلام الجزائري، كما هو الحال في الإعلام العربي الداعم للقضية الفلسطينية، بتبنّي خطاب مقاوم واضح، يقوم على إبراز معاناة الفلسطينيين وتصويرهم كضحايا للاحتلال الإسرائيلي، مع تسليط الضوء على نضالهم المستمر في وجه آلة القتل والتدمير. فقد قدّمت صحيفة *المجاهد* الجزائرية تغطية تعبّر عن تضامن مطلق مع القضية، مركّزة على الأبعاد الإنسانية والمأساوية للعدوان، وواصفةً قطاع غزة بأنه "سجن مفتوح للسماء"، ومؤكدةً أن هذا القطاع الصغير، رغم الحصار والكثافة السكانية المرتفعة، يظل "معقلًا لا يُقهَر للمقاومة ضد الاحتلال الصهيوني."

كما أظهرت التغطية الإعلامية الجزائرية التزامًا بخطاب تاريخي–سياسي يعيد تذكير الرأي العام بالظلم الاستعماري الطويل الذي تعرض له الشعب الفلسطيني، ورفضها للخطاب الإعلامي الغربي الذي يسعى إلى نزع البعد التاريخي عن القضية الفلسطينية. وقد تلاقى هذا الموقف مع تغطيات صحف عربية مثل *القدس العربي*، التي تبنّت نفس المقاربة النقدية تجاه الرواية الإسرائيلية، مسلطة الضوء على جرائم الاحتلال وممارساته العنصرية.

تجسدت هذه المعالجة في استخدام مقالات واقعية، تقارير، ومقابلات تعكس مواقف واضحة ومباشرة، تراوحت بين التنديد بالحصار والإبادة الجماعية في غزة، والتأكيد على شرعية المقاومة، وفضح ازدواجية المعايير لدى الإعلام الغربي، لاسيما الفرنسي، كما هو الحال مع صحيفة *لوموند* التي وصِفت بكونها مرتبطة تاريخيًا بدعم المشروع الصهيوني[1].

وهو الحال أيضا في البرنامج الحواري «نقاش الصباح» على قناةAL24News ، قدّمت التغطية الإعلامية الجزائرية لمعركة "طوفان الأقصى" رؤية وطنية متماسكة جمعت بين

[1] كورسي محمد، **التغطية الإعلامية للحرب في غزة بين التصورات المحلية والقيود الدولية**، مجلة الحوار الثقافي ، المجلد 14، العدد01، 2025، ص ص، 147، 148.

التحليل العسكري والسياسي والإنساني. انطلق منتجو الحوار من تأكيد أهمية الإعلام الحربي للمقاومة الفلسطينية، مشيرين إلى أن الفيديوهات الميدانية التي وثّقت تدمير دبابات الجيش الإسرائيلي واقتحام مواقع العدو "من مسافة صفر" أسقطت أسطورة الجيش الذي لا يُقهَر، وجعلت من الإعلام الفلسطيني أداةً معادلةً للقوة الميدانية. في المقابل، انتقد النقاشُ الإعلامَ الإسرائيلي بصفته آلة تضليل، يرافق مراسلوه الدبابات ويتلقون معلوماتهم دون تمحيص، ويروّجون أرقامًا وقصصًا مفبركة لتجميل صورة الحكومة الإسرائيلية أمام جمهورهم والعالم.

لم تغب الاتهاماتُ عن الإعلام الغربي؛ فقد شهدت التغطيةَ استنكارًا لتخلّف شبكة CNN وغيرها عن المهنية، عبر تبنّيها الرواية الإسرائيلية دون تحقيق مستقل، مما أفقدها مصداقيتها أمام جموع المشاهدين الباحثين عن مصادر بديلة. كما أضاء "نقاش الصباح" على الدور القانوني للجزائر في دعم مقاضاة قادة الاحتلال أمام المحكمة الجنائية الدولية، مبرزًا أن الملاحقة تستهدف الأشخاص المسؤولين مباشرة عن الجرائم، لا أنظمة بأسرها على المستوى الدولي، رأى ضيوف البرنامج أن خسائر الجنود الإسرائيليين الحقيقية تفوق ما تعلنه تل أبيب، وأن قرارات مجلس الأمن التي صدرت بعد سبعة وسبعين يومًا من العدوان لم تفِ بوقف إطلاق النار، بل استخدمت كبضاعة دبلوماسية تكرّر سياسة "الكيل بمكيالين". في الوقت نفسه، توصّل المحلّلون إلى أن استراتيجية المقاومة الاستنزافية، المستندة إلى الأنفاق والركام، شكلت ضربات نوعية أضعفت موازين القوى الميدانية اتبعت AL24News في إخراجها مزيجًا مدروسًا من اللقطات المقربة للضيوف داخل الاستوديو والإضاءة الدافئة، جنبًا إلى جنب مع مواد ميدانية مباشرة من غزة بإضاءة طبيعية باردة، وشاشات مقسمة لعرض فيديوهات المقاومة وبيانات العدو ومداخلات عبر "سكايب". أسهم هذا التناغم السمعي–البصري في إضفاء إحساس باللحظة الراهنة، ومنح المشاهدين فرصة متابعة الأحداث وتحليلها في آن واحد[1].

[1] محمد بطاش، **طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري دراسة تحليلية لعينة من برنامج قناة الجزائر الدولية AL24New**، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 03، 2024، ص ص، 337، 350.

خلاصة القول، أن هذه التغطية المتكاملة لم تكن مجرد نقل للأحداث، بل شكلت خطابًا إعلاميًا وطنيًا بنّاءً ساهم في رفع الوعي بالقضية الفلسطينية داخل الجزائر، وتعزيز التضامن الإنساني مع غزة، وتشكيك الجمهور في مصداقية الإعلام الغربي، وفي الوقت نفسه فتح نافذة لمناقشة قانونية وسياسية حول مساءلة قادة الاحتلال.

المبحث الثالث: لمحة عن معركة الطوفان الأقصى في المضامين الإعلامية الدولية

على الصعيد الدولي، أفرزت معركة طوفان الأقصى مشهدًا إعلاميًا معقدًا، عكس تنوّع الخلفيات السياسية والثقافية والإيديولوجية التي تؤثر في بناء التغطية الإخبارية داخل مختلف المنظومات الإعلامية العالمية. فقد برز تباين واضح في كيفية مقاربة الصراع بين أطراف إعلامية تتبنى الرواية الإسرائيلية، وأخرى تحاول تسليط الضوء على المعاناة الفلسطينية، وفقًا لاعتبارات تتراوح بين الخط التحريري والمصالح السياسية. وفي خضم هذه التغطيات، أصبح الإعلام ساحة إضافية للمواجهة، يُدار فيها الصراع بنفس القدر من الحدة الذي تشهده ميادين القتال.

يركز هذا المبحث على تحليل أداء وسائل الإعلام الأوروبية في تغطيتها لمعركة طوفان الأقصى، مع الوقوف عند الفروق بين التغطية اليمينية واليسارية، وتأثير السياقات السياسية الوطنية على مضمون الرسالة الإعلامية. كما يتناول الخطاب الإعلامي الإسرائيلي، الذي أظهر لأول مرة نوعًا من الانكسار، حيث عبّرت مختلف المنصات العبرية عن حالة الذهول والارتباك إثر المفاجأة العسكرية التي شكّلتها العملية. ويُختتم المبحث بتحليل أداء قناة الجزيرة الإنجليزية، كنموذج لإعلام دولي يسعى لتقديم تغطية شاملة وإنسانية، إذ تميز خطابها بمحاولة التوازن بين نقل الروايتين، مع منح مساحة أوسع للرواية الفلسطينية من خلال الصور والشهادات والتقارير الميدانية، ما ساهم في التأثير على الرأي العام العالمي، وكسر الهيمنة الغربية التقليدية على السردية الإعلامية للصراع.

المطلب الأول: التغطية الإعلامية الأوروبية لعملية طوفان الأقصى

شهدت التغطية الإعلامية الأوروبية لعملية "طوفان الأقصى" تباينًا ملحوظًا في زوايا المعالجة وسياقات التناول، وقد أظهرت الدراسات الإعلامية المقارنة أن التحيزات كانت حاضرة بوضوح في العديد من وسائل الإعلام التي تمّ تتبعها غير أن طبيعة هذه التحيزات اتسمت بالتباين من دولة إلى أخرى، متأثرة بعوامل متعددة أبرزها التوجهات السياسية لوسائل الإعلام، والسياقات الدينية والثقافية السائدة، والانتماءات الأيديولوجية المختلفة[1].

ففي فرنسا والمملكة المتحدة، بدت الانقسامات الإعلامية حادة بين الوسائل ذات التوجه اليميني وتلك ذات التوجه اليساري. فقد اتجهت الصحف والقنوات اليمينية مثل *Le Figaro* و *CNEWS*و *The Telegraph* إلى تبني الخطاب الإسرائيلي أو على الأقل التعاطف مع مواقفه، متجاهلة أحيانًا معاناة المدنيين الفلسطينيين أو مقللة من شأنها أما الوسائل اليسارية مثل *Le Monde*و*The Guardian*، فقد كانت أكثر انتقادًا لإسرائيل، وأكثر حرصًا على تسليط الضوء على الأبعاد الإنسانية في غزة، ما جعلها أقرب إلى الرواية الفلسطينية. ويعكس هذا التباين أيضًا اختلاف جمهور هذه الوسائل، حيث تجذب اليمين المحافظين وكبار السن، بينما تميل الوسائل اليسارية إلى استقطاب جمهور شاب وناقد.

وفي المجر، كانت الفجوة واضحة بين الإعلام الرسمي والمستقل. فقد تبنت وسائل الإعلام المقرّبة من حكومة أوربان موقفًا مؤيدًا لإسرائيل، بما يتماشى مع خطاب الحكومة المعادي للمهاجرين، لا سيما من أصول عربية. وقد ساهم هذا الخطاب في تأطير الرواية الفلسطينية ضمن رؤية أمنية تهدد "الاستقرار القومي". وعلى النقيض، حافظت الصحف والمواقع المستقلة

[1] David Tuller; **Couverture médiatique du conflit Israël–Gaza dans les pays d'opération de GTTO** , l'Université de Californie à Berkley Media Diversity Institute,2024,p9.

مثل *444.hu* و *Telex.hu* على تغطية أكثر مهنية وتوازنًا، مركزة على الجوانب الإنسانية والسياسية للصراع.

أما في بلجيكا الناطقة بالفرنسية، فقد أبدت وسائل الإعلام المحلية ميلاً واضحًا لدعم الرواية الفلسطينية، كما أفادت بذلك المنظمة الأوروبية للطلاب اليهود .(EUJS) فقد صُوِّرت إسرائيل في العديد من المقالات على أنها الطرف المعتدي، بينما ظهرت غزة كضحية، وذلك في سياق سردي يستدعي صورة "جالوت" الإسرائيلي مقابل "داوود" الفلسطيني، وهو ما ساهم في تعزيز نظرة مفادها أن الصراع غير متكافئ وظالم في جوهره. وقد عُزي هذا الميل إلى غياب التوازن في عرض الوقائع، إذ أغفلت بعض الوسائل تقديم السياق الكامل للأحداث[1].

في مولدافيا، بدت التغطية أكثر مهنية ومحافظة، حيث لم تعتمد وسائل الإعلام على تقارير محلية، بل أعادت نشر محتوى من مصادر دولية موثوقة. وقد التزمت معظم الوسائل المولدافية المعايير المهنية والأخلاقية، دون أن تُظهر انحيازًا فاضحًا لأي طرف. ويُعزى هذا الحياد النسبي إلى غياب ارتباطات سياسية أو أيديولوجية حادة في الملف الفلسطيني الإسرائيلي داخل الساحة الإعلامية المحلية.

أما في بولندا، فقد اتسمت التغطية الإعلامية بطابع مختلف، إذ أعيد توظيف أحداث 7 أكتوبر إعلاميًا لخدمة أهداف سياسية داخلية، خاصة في سياق الانتخابات الوطنية التي تزامنت مع تلك الفترة. فقد استخدمت وسائل الإعلام اليمينية المشهد لصياغة خطاب تعبوي ضد المهاجرين، مستثمرة الهجوم لتعزيز حملات دعائية ضد اللاجئين القادمين من الشرق الأوسط وأفريقيا. وقد تجلى هذا في الاستفتاء الذي طُرح على الشعب البولندي بشأن قبول المهاجرين

[1] Ibid,p9.

وفق آليات التوطين الأوروبية. ومن ثمّ، برزت في وسائل الإعلام تحيّزات ضد المسلمين والعرب، وُظّفت في تغطية الصراع بما يخدم التوجهات السياسية المناهضة للهجرة.

مع تقدم الأحداث، خاصة بعد بدء الاجتياح الإسرائيلي لقطاع غزة، بدأت ملامح التغطية في بعض الدول، لا سيما في أوروبا الشرقية، بالتحول التدريجي نحو خطاب أكثر تعاطفًا مع الفلسطينيين، وأكثر حدة في نقد السياسات الإسرائيلية. وقد تجاوز بعض هذا النقد في كثير من الأحيان الحدود المهنية المتعارف عليها، مما يعكس الانفعالات التي فجّرتها الصور القادمة من غزة، وما رافقها من خسائر بشرية ومعاناة مدنية واسعة[1].

المطلب الثاني:تغطية الإعلام الإسرائيلي لعملية طوفان الأقصى[2]

أظهرت تغطية وسائل الإعلام الإسرائيلية لعملية "طوفان الأقصى" حجم الصدمة والمفاجأة التي ألمّت بالقيادة السياسية والعسكرية ومجتمع المستوطنين على حد سواء، وذلك خلال الساعات الأولى من الهجوم الذي شنّته المقاومة الفلسطينية في السابع من أكتوبر 2023. وقد عكست التعليقات والتصريحات التي صدرت عبر المنصات العبرية مدى الإرباك والانهيار الذي تعرّضت له المنظومة الأمنية والعسكرية الإسرائيلية، إذ بدا واضحًا فشلها في التنبؤ بالهجوم أو التصدي له، مما مثّل تحولًا حادًا في موازين الردع.

وقد أجمعت مختلف وسائل الإعلام الإسرائيلية، إلى جانب قادة عسكريين ومحللين، على توصيف العملية بأنها مفاجأة مدوية وانهيار استخباراتي غير مسبوق، إذ عجزت إسرائيل، كما صرّح عدد من قادتها، عن تأمين حدودها، أو الردّ الفوري على التسللات والهجمات الصاروخية الكثيفة.

---

[1] Ibid,p,10.

[2] West Asia Research Center طوفان الأقصى المباغتة الاستراتيجية،أكتوبر 2023،ص4.

من أبرز ما جاء في التغطية:

- **إذاعة جيش الاحتلال** ربطت بين الهجوم وذكرى حرب أكتوبر 1973، قائلة: "بعد 50 عامًا على الحرب المشتركة من سوريا ومصر على إسرائيل، هجوم بمئات الصواريخ على غلاف غزة وجنوب ووسط تل أبيب."
- أما **المراسل العسكري لصحيفة *معاريف*، تال ليف رام**، فعدّ أن "إطلاق الصواريخ من غزة يصل إلى مستوى إعلان حرب من قبل حماس"، مشيرًا إلى أن ما حدث يعد تصعيدًا غير مألوف.
- واعتبرت **الوسائل الإخبارية العبرية** أن "الحكومة تفاجأت بالهجوم، والجيش لم يقم بمهمته."
- **المتحدث باسم جيش الاحتلال** صرّح بأن الجيش سيحتاج إلى "ساعات طويلة لاستعادة السيطرة على المستوطنات التي تسلّل إليها مقاتلو حماس."
- في السياق ذاته، أشار **الجنرال عازر مروم**، القائد السابق لسلاح البحرية، إلى أن إسرائيل وجدت نفسها "بلا معلومات استخبارية تمامًا، كما كان الحال قبيل حرب 1973"، محذرًا من احتمالية تفجر الأوضاع في مناطق أخرى مثل الجبهة الشمالية أو داخل المدن المختلطة[1].
- أما **القناة 13 العبرية** فوصفت الوضع بأنه "غير معهود"، مشيرة إلى أن مقاتلي حماس تمكنوا من التسلل إلى عدة نقاط، داعية المستوطنين للبقاء في منازلهم.
- ووصفت العديد من وسائل الإعلام الإسرائيلية الهجوم بأنه "**مفاجأة 7 أكتوبر**"، والتي "لم يعرف الكيان لها مثيلًا"، بينما عبّر **الرئيس يتسحاق هرتسوغ** عن الأزمة قائلًا: "إسرائيل تمر بوقت عصيب."

[1] Ibid,p5.

- وأكد **وزير الدفاع** أن "إسرائيل دخلت حربًا" بعد تفعيل الإجراء رقم 8 وتجنيد قوات الاحتياط، وهو ما لم يحدث منذ حرب تشرين.
- أما **عاموس هارئيل**، المعلق العسكري في صحيفة *هآرتس*، فقد ركّز على الفشل الاستخباراتي، قائلًا إن "قادة الأجهزة السياسية والعسكرية في إسرائيل تعرضوا لصدمة كبرى"، مشيرًا إلى أن "مقاتلي حماس استخدموا وسائل متقدمة وتنكّروا بزي الجنود، ما سمح لهم بالتسلل دون اكتشاف."
- بدوره، قال **أور هيل** إن "قوات القسام نجحت في مفاجأة إسرائيل استخباريًا وعسكريًا على عدة مستويات، برًا وبحرًا وجوًا."
- أما الصحفي **آفي يسخروف** فعبّر عن حالة الإرباك، قائلاً: "قيادة حماس لم تكن تتوقع هذه الإنجازات، لكن ما حدث فاق التوقعات، وقد يتحوّل إلى انتصار باهظ الثمن."
- وسلطت **المراسلة كارميلا منشيه** الضوء على قيادة محمد الضيف للعملية، ووصفتها بـ"عملية تضليل مذهلة"، مؤكدة أن "كل تقديرات الاستخبارات كانت تشير إلى أن حماس لا ترغب بالتصعيد."
- وكتبت **يديعوت أحرونوت** أن "العالم مصدوم، هجوم غير مسبوق على إسرائيل يذكر بحرب 1973"، في حين اعتبرت وسائل إعلام إسرائيلية أخرى أن ما يجري هو "الحدث الأكثر استراتيجية في الساحة الفلسطينية." [1]
- أشار **الخبير يوسي ميلمان** إلى أن "الجيش الإسرائيلي يفتقر إلى المعلومات، لذلك لا يعمل بفعالية."
- بينما قال وزير الحرب **يوآف غالانت** في تقييم للوضع: "حماس ارتكبت خطأ فادحًا وبدأت الحرب ضد إسرائيل، وجنود الجيش يقاتلون على جميع جبهات الاختراق."

[1] Ibid,p6.

- وعلّق **نوعم أم** ساخرًا: "بعد 4 ساعات من إعلان الحرب، تحركت طائرات الجيش... ما هذا العار؟."
- اعتبر **موقع والا العبري** أن "حماس انتصرت بالفعل، وتمكنت من مفاجأة أفضل أجهزة المخابرات في العالم، والاستهزاء بأقوى نظام أمني في الشرق الأوسط."

وخلصت **صحيفة هآرتس** إلى أن "ما حصل يمثل فشلًا استخباراتيًا وعسكريًا وسياسيًا، وسيتطلب تحقيقًا شاملًا في نهاية الحرب[1]."

لقد تنبهت "إسرائيل" إلى خطورة التحولات التي أشرنا لها في مجال انتقال الإعلام من الاحتكار إلى المشاركة الشعبية، وأدركت أن انتهاء الاحتكار الإعلامي أخذ يزعزع الصورة التي رسمتها لنفسها في الذهن الدولي، وأقر العديد من المسؤولين والكتّاب الإسرائيليين بذلك، وعند مراجعة التحولات في الرأي العام الدولي لصالح الفلسطيني يتبين سر القلق الإسرائيلي، وتتجلى هذه المظاهر في الآتي:

1. يقول رئيس الوزراء الإسرائيلي السابق نفتالي بينيت Naftali Bennett إن "التأييد الذي يحظى به الفلسطينيون في وسائل التواصل الاجتماعي الصينية يعادل 15 ضعف التأييد لإسرائيل]."

2. التغير في توجهات الرأي العام في الولايات المتحدة خلال شهر تقريباً من وقوع طوفان الأقصى، ويتضح ذلك في المؤشرات التالية؛ خلال الفترة 12-10/13 – 14/11/2023:

أ .تراجعت نسبة المطالبين بدعم "إسرائيل" من 41% (عند بداية معركة طوفان الأقصى) إلى 32) %بعد 41 يوم من المواجهة)، كما أن 68% من الأمريكيين يؤيدون وقف إطلاق النار

[1] Ibid,p7.

خلافاً للموقف الرسمي الأمريكي والإسرائيلي، كما أن الذين طالبوا باتخاذ أمريكا موقفاً محايداً ارتفع من 27% إلى 39%.[1]

ومنه نستنتج أن تغطية الإعلام الإسرائيلي لعملية "طوفان الأقصى" تبرز حالة نادرة من الاعتراف العلني بالفشل، والانكشاف الاستخباراتي والعسكري أمام ضربات المقاومة الفلسطينية وقد عبّرت وسائل الإعلام العبرية عن شعور بالصدمة والذهول، وطرحت تساؤلات حول فعالية المؤسسة الأمنية وقدرتها على الردع، في تحول غير مسبوق في الخطاب الإسرائيلي الذي لطالما سعى لإبراز التفوق والسيطرة. هذا الخطاب الإعلامي، المحمّل برسائل القلق والاتهام، يعكس عمق الأثر الذي تركته العملية على الداخل الإسرائيلي، سياسيًا وعسكريًا ومجتمعيًا.

المطلب الثالث:التغطية الإعلامية لقناة الجزيرة لطوفان الأقصى

تُعد قناة الجزيرة الإنجليزية مؤسسة إعلامية قطرية مملوكة للدولة، وهي شبكة إخبارية ناطقة بالعربية تُعتبر الأكبر في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتُعرف بارتباطها بالمجتمع العربي المسلم (الجزيرة، "من نحن"). وفيما يلي تحليل للخطاب الذي استخدمته القناة أثناء تغطيتها لعملية "طوفان الأقصى" والطريقة التي تعاملت بها مع مختلف تفاصيل الحدث، وكيفية نقلها للمعلومات وتصويرها للواقع الحقيقي للحرب الإسرائيلية على غزة، بدءًا من اللغة المستخدمة في التغطية، يُلاحظ أن قناة الجزيرة الإنجليزية سعت إلى الموضوعية في تناولها للطرفين، مائلة نحو عرض الحقائق والواقع من كلا الجانبين دون انحياز مباشر وقد جاء تأطير الحدث شاملًا من كافة الزوايا، حيث تعاملت القناة مع شخصيات مختلفة من

[1] وليد عبد الحي، **تحولات الرأي العام الدولي وطوفان الأقصى**، مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، ورقة علمية،على الموقع،**https://www.alzaytouna.net/2023/12/04**، تاريخ الإطلاع: 2025/06/18، على الساعة:04:00.

الفلسطينيين والإسرائيليين، بالإضافة إلى أطراف سياسية أخرى ذات صلة غير مباشرة بالصراع مثل الولايات المتحدة والمملكة المتحدة.

وفيما يتعلق بالمنظورات التي قدمتها القناة، يظهر أنها اعتمدت على مجموعة واسعة من الآراء، إلا أن الرواية الأبرز التي برزت هي أن حركة حماس ليست جماعة إرهابية، وأن ما قامت به نابع من منطق مقاوم، وأن للفلسطينيين الحق في استعادة حريتهم وأرضهم. وقد ركزت التغطية على أن المواطنين الفلسطينيين في قطاع غزة هم أصحاب الأرض ويملكون حق الدفاع عن أنفسهم. ومن الجدير بالذكر أن القناة لم تُغفل أيضًا وجهة النظر الإسرائيلية ولا موقف النظام الأمريكي الذي يدعم إسرائيل ماليًا وعسكريًا، بحسب ما ورد في التغطية[1].

في سياق نقلها للحدث، استخدمت الجزيرة الإنجليزية مصادر أصلية من أرض المعركة من الطرفين، ولم تُبدِ انحيازًا ظاهرًا، حيث نشرت التصريحات الحصرية التي تصدرها حركة حماس، وفي المقابل غطّت بيانات الجيش الإسرائيلي حول الحرب. أما من ناحية استخدام الوسائط المرئية، فقد أضافت القناة إلى التغطية المباشرة للحدث تسجيلات مرئية حصرية من الإعلام العسكري لحماس وإحصائيات الحرب، كما عرضت تسجيلات من الإعلام الإسرائيلي بهدف منح الجمهور فرصة تكوين رأي مستقل حول كل طرف من أطراف الصراع (الجزيرة، "ما الذي حدث في إسرائيل: تحليل لتطورات هجوم حماس").

أما فيما يخص نمط التغطية، فمنذ بداية الحرب الإسرائيلية على غزة، حافظت القناة على نفس النهج في مختلف الأحداث والمناطق، من حيث اللغة المستعملة ومن حيث المعالجة

[1] BerahliaNasreddin, NoureddineAbdenour, **Media Coverage of the 2023/2024 Israeli War on Gaza: The Cases of CNN, BBC, and Al Jazeera English, Master Dissertation (Civilization)**, Department of Letters and English Language in Partial, University of 8 Mai 1945–Guelma,2024,P31.

الموضوعية للإحصائيات والأحداث، مع التشديد على نقل الرواية الفلسطينية ومحاولة إبراز الحقيقة حول حق سكان غزة الأصليين في العيش بسلام على أرضهم.

وفي الختام، تُظهر التغطية أن قناة الجزيرة الإنجليزية لم تُضلل الرأي العام في تناولها لهذا الحدث، بل ساهمت في تقديم صورة واضحة للطرفين. وقد بدأت مظاهرات في عدة مجتمعات حول العالم، وكانت الجاليات العربية والمسلمة من أكثر الفئات تأثرًا بتغطية القناة، مما يعكس مدى تأثير خطاب الجزيرة على الرأي العام العالمي.

كما قدّمت قناة الجزيرة الإنجليزية في تغطيتها لهجمات المستشفيات في قطاع غزة مشاهدًا لمجازر مروعة ارتُكبت بحق مدنيين أبرياء كانوا يبحثون عن مأوى من هجمات الجيش الإسرائيلي. باستخدام لغة مؤثرة، وصفت القناة الوضع المأساوي لسكان القطاع والجرائم التي ارتكبها الجيش الإسرائيلي بحق الأطفال والنساء في منازلهم ومدارسهم[1].

في 17 أكتوبر، وخلال تغطية مباشرة، جاء أحد العناوين الإخبارية على النحو التالي: **"غارة جوية إسرائيلية تضرب مستشفى الأهلي في غزة حيث كان مئات الأشخاص يحتمون بداخله"**، ما أظهر بوضوح موقف القناة الداعم للفلسطينيين، وبالتالي ضمنيًا لحركة حماس ضد إسرائيل (الجزيرة، الساعة 8:00 مساءً).

طيلة التغطية المباشرة للهجمات على المستشفيات، نشرت القناة معلومات مفصلة عن أعداد القتلى والجرحى الفلسطينيين، وقدّمت إحصائيات حول مستشفى الأهلي العربي ومستشفى الشفاء، بما في ذلك النقص في الإمدادات الطبية وانعدام الأماكن الكافية لمعالجة المصابين. ومن أبرز العناوين المؤثرة التي ظهرت خلال التغطية:

[1] Ibid,p31.

"**الغارة الإسرائيلية تقتل 500 شخص** "(الجزيرة، الساعة 8:31 مساءً)، مما عزّز الرواية بأن الجيش الإسرائيلي يقتل الأطفال الأبرياء دون رحمة.

تضمّنت التغطية مشاهد فيديو حساسة للغاية لأطفال قتلى ونساء جريحات وعمليات جراحية تُجرى بدون مخدر. ولم تتطرق القناة إلى وجهة النظر الإسرائيلية بشأن هذه الهجمات، ما يعكس بوضوح عدم ثقتها بالمصادر الإسرائيلية على الصعيد الدولي، قدمت الجزيرة الإنجليزية تصورًا واضحًا للحرب على غزة والجرائم الإنسانية المرتكبة بحق سكانها، كما عرضت ردود الفعل في العالم العربي، بما في ذلك مظاهرات تندد بالعدوان وتطالب بوقف فوري لقتل الأطفال الأبرياء. [1]

خلال كامل الحدث، حافظت قناة الجزيرة الإنجليزية على روايتها للصراع، موثقةً ما اعتبرته "الحقيقة" حول ما يجري، ومتوافقة مع الطرح الفلسطيني الساعي لاستعادة الأرض من الاحتلال الإسرائيلي، ومصورة أفعال الجيش الإسرائيلي على أنها جرائم ضد الإنسانية في غزة. ولم تُضلل القناة الرأي العام، بل أثّرت بشكل كبير في سردية الحرب، في العالم العربي نجحت القناة في نقل الواقع القاسي في غزة، مما أثار غضبًا واسعًا لدى المجتمعات المسلمة، وأدى إلى خروج مسيرات ضخمة في العراق ولبنان ودول إسلامية أخرى تطالب بوقف إطلاق النار وفتح المعابر لإدخال المساعدات الإنسانية. وعلى الصعيد الدولي، شكّلت تغطية الجزيرة ضغطًا إعلاميًا على الدول الداعمة لإسرائيل (الجزيرة)[2].

[1] Ibid,p31.

[2] Ibid,p32.

خلاصة الفصل:

لقد أظهرت الدراسة في هذا الفصل مدى مركزية الإعلام في معركة "طوفان الأقصى"، ليس بوصفه ناقلًا للأحداث فحسب، بل كأداة فاعلة في تشكيل الوعي وتوجيه الرأي العام وتحديد من يُعتبر ضحية ومن يُنعت بالمعتدي. فقد كشفت التغطيات الإعلامية العربية، خصوصًا الجزائرية، عن التزام واضح بخطاب مقاوم يفضح الانتهاكات الإسرائيلية ويُعلي من شأن الحق الفلسطيني، في حين أبانت التغطيات الدولية عن تباينٍ لافت في المواقف، تراوحت بين التبرير والدعم، والنقد والمساءلة، بحسب السياقات السياسية والثقافية لكل دولة ومؤسسة إعلامية.

أما الإعلام الإسرائيلي، فقد ظهر – على غير العادة – مهزوزًا، مفككًا، غارقًا في خطاب الصدمة والانكشاف الأمني، وهو ما يعكس حجم المفاجأة التي أحدثتها المعركة في الداخل الصهيوني. ومن جهة أخرى، شكلت قناة الجزيرة الإنجليزية نموذجًا إعلاميًا دوليًا حاول مقاومة التحيز الغربي التقليدي عبر تقديم رواية أكثر توازنًا وإنسانية للصراع.

وبناء على ما سبق، فإن المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى تؤكد أن المعركة لم تُخض فقط في الميدان، بل أيضًا في فضاءات الإعلام، حيث تتصارع السرديات وتتحدد المواقف، وتُصنع – في كثير من الأحيان – شرعية القضايا أو تُشوَّه، وفقًا للقائمين على الرسالة الإعلامية ومصالحهم. ومن هنا، تبرز الحاجة إلى إعلام ملتزم، مهني، وواعٍ، يكون قادرًا على نقل الحقيقة بجرأة، والانتصار لقيم العدالة والحرية، في مواجهة إعلام منحاز أو مهيمن يخضع لمعادلات القوة والنفوذ.

الإطار التطبيقي

الفصل الأول: المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر حساب قناة الجزيرة على الإنستغرام

المبحث الأول: لمحة حول قناة الجزيرة

أولا:بطاقة فنية حول قناة الجزيرة

لما انطلقت قناة الجزيرة من العاصمة القطرية الدوحة، يوم الجمعة الأول من نوفمبر 1996، كانت أول قناة إخبارية مستقلة في الوطن العربي. وكان ظهورها نهاية مرحلة من تاريخ الإعلام بمنطقة ساد فيها الإعلام الرسمي وغاب الرأي الآخر تمامًا، وبداية أخرى فُتح فيها الباب أمام المواطن العربي لينخرط في عالم الإعلام، ويعبّر عن رأيه بحرية بعد طول تهميش. وذلك عملا بالشعار الذي تبنته الجزيرة منذ بداية بثها: "الرأي والرأي الآخر"، مما جعلها بحق "صوت من لا صوت له" وهكذا أصبح مصطلح "ظاهرة الجزيرة" يعبر عن نقطة التحول في مسار الإعلام العربي والعالمي، مما دفع الأكاديميين والباحثين إلى تحليل هذه "الظاهرة" ودراستها والوقوف على ما أصبحت تتمتع به من "تأثير" قوي ليس في المجال الإعلامي فحسب، إنما في السياسة والعلاقات الدولية.

واجهت الجزيرة خلال مسيرتها تحديات جمة، لا يعرف أن وسيلة إعلامية أخرى واجهتها. فقد دفع صحافيوها وما زالوا أثمانا باهظة، القتل والسجن والتعذيب، خلال سعيهم إلى نقل الحقيقة والصورة الكاملة لكن رغم ذلك حققت الجزيرة نجاحات كثيرة وحصلت على جوائز دولية وشهادات تكريم مرموقة تقديراً للمحتوى الإعلامي الفريد الذي تقدمه.

لقد استطاعت الجزيرة، التي بدأت بقناة واحدة، أن تتحول إلى شبكة إعلامية عالمية تضم عدداً من القنوات، والمراكز المتخصصة والمنصات الرقمية، بلغات متعددة، وذلك في إطار سعيها الدؤوب إلى التطور وتقديم منتجات إعلامية متنوعة تساير التطور السريع في مجال تكنولوجيا الأخبار، مما مكن الجزيرة من بناء جسور للتواصل الثقافي بين الشعوب، وفتح أبواب للمعرفة والوعي.

ومن مقرها الرئيس في الدوحة، وعبر أكثر من 70 مكتباً في أنحاء العالم، وبما يزيد عن ثلاثة آلاف موظف من أكثر من 95 جنسية، يصل بث الجزيرة إلى أكثر من 150 بلداً، مع إمكانية الوصول إلى أكثر من 450 مليون بيت.[1]

المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات

الجدول رقم (01) البيانات المتعلقة بالمنشورات:

رقم المنشور	تاريخ إنشاء المنشور	رابط المنشور
المنشور الأول	15 أفريل 2025	https://www.instagram.com/p/DId9i_nvGB_/
المنشور الثاني	21 أفريل 2025	https://www.instagram.com/p/DIuGx0EtuHg/
المنشور الثالث	22 أفريل 2025	https://www.instagram.com/aljazeera/reel/DIwhVK_MDJ7/
المنشور الرابع	28 أفريل 2025	https://www.instagram.com/p/DJAMWbCMDM1/
المنشور الخامس	29 أفريل 2025	https://www.instagram.com/p/DJBeK7bS8gL/
المنشور السادس	05 ماي 2025	https://www.instagram.com/aljazeera/reel/DJQVLSfNJ4p/
المنشور السابع	06 ماي 2025	https://www.instagram.com/aljazeera/reel/DJUZh5ru2aK/
المنشور الثامن	15 ماي 2025	https://www.instagram.com/aljazeera/reel/DJrhzwNyYcC/

المصدر: من إعداد الطالبين

[1] الجزيرة، https://network.aljazeera.net/ar/about-us،تاريخ الإطلاع: 2025/06/18، على الساعة: 05:00.

المحور الأول : فئات الشكل (كيف قيل؟)

الجدول رقم (02) يبين توزيع فئة الوسائط المستخدمة		
فئة الوسائط المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
غرافيك	02	%25
فيديوهات قصيرة	06	%75
قصص (Stories)	00	%00
ريلز (Reels)	00	%00
بث مباشر	00	%00
المجموع	08	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يبين الجدول رقم (02) فئات الوسائط المستخدمة من قبل قناة الجزيرة عبر تطبيق الإنستغرام خلال تغطيتها لحدث طوفان الأقصى، حيث يتضح أن النسبة الأكبر من المنشورات تمثلت في الفيديوهات القصيرة بنسبة 75%، أي ما يعادل 6 منشورات من أصل 8. بينما شكلت المنشورات الغرافيكية نسبة 25 %فقط، أي منشورين اثنين، في حين غابت كليًا الوسائط الأخرى مثل القصص(Stories) ، الريلز (Reels) والبث المباشر(Live) ، إذ لم تسجل أي حضور ضمن العينة المدروسة بنسبة 0% .

يشير التركيز الكبير على الفيديوهات القصيرة إلى أن قناة الجزيرة تعتمد في تغطيتها على المحتوى **المرئي الديناميكي والسريع**، الذي يتلاءم مع طبيعة المنصة أولًا، ومع خصوصية التغطية الميدانية ثانيًا، خاصة في حالات النزاع والاعتداءات المتواصلة، حيث تؤدي

الفيديوهات القصيرة دورًا مزدوجًا: نقل مباشر وتوثيق آني. كما تساهم هذه الفيديوهات في تعزيز التفاعل الجماهيري نظرًا لقدرتها على إثارة المشاعر وإيصال الرسالة بسرعة وفعالية.

في المقابل، فإن نسبة 25% المخصّصة للغرافيك تعكس توجّهًا ثانويًا نحو المحتوى التفسيري أو الملخص، والذي عادةً ما يُستخدم لعرض بيانات، إحصائيات، أو مواقف مختصرة بشكل بصري، دون الحاجة إلى عنصر الحركة أو الصوت. وهو ما يدل على وظيفة تحليلية أو إعلامية هادئة مقارنة بطابع الفيديوهات المتسارع.

أما غياب القصص والريلز والبث المباشر، فيبرز تحفّظ القناة في استخدام أدوات إنستغرام التفاعلية والزائلة، وهو ما قد يُفهم على أنه تركيز على المحتوى الثابت والدائم فقط، كما قد يشير إلى الاعتماد على منصات أخرى (كالفيسبوك أو يوتيوب) في نقل البث المباشر أو استغلال الريلز، ما يعكس **اختيارًا استراتيجيًا** في أسلوب المعالجة الإعلامية داخل منصة الإنستغرام تحديدًا.

ومنه نستنتج من خلال توزيع فئات الوسائط أن قناة الجزيرة ركّزت بنسبة كبيرة (75%) على الفيديوهات القصيرة، ما يعكس توجهًا بصريًا مباشرًا وميدانيًا في تغطية العدوان، بينما استخدمت الغرافيك بنسبة محدودة (25%) لأغراض تفسيرية. ويكشف غياب الوسائط التفاعلية الأخرى عن نمط تقليدي نسبيًا في توظيف أدوات إنستغرام، وهو ما يُعد جانبًا قابلًا للتطوير مستقبلًا لتعزيز التفاعل الرقمي والانخراط الجماهيري، خاصة في سياق القضايا الإنسانية والسياسية ذات الطابع الاستعجالي.

الجدول رقم(03) يبين توزيع فئة المساحة الزمنية		
فئة المساحة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
طويلة	04	%50
متوسطة	02	%25
صغيرة	02	%25
المجموع	08	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يبين الجدول رقم (03) توزيع **فئة المساحة الزمنية** للمحتوى الذي نشرته قناة الجزيرة عبر حسابها على تطبيق إنستغرام خلال فترة تغطية طوفان الأقصى، حيث تعكس هذه الفئة **مدة الفيديو أو المادة الإعلامية**، باعتبار أن طول المحتوى الزمني قد يؤثر في مدى انتشاره، فهمه وتفاعلية الجمهور معه.

تُظهر البيانات أن الفئة الزمنية **الطويلة جاءت في المرتبة الأولى**، حيث شغلت نسبة **50%** من مجموع المنشورات (4 من أصل 8)، في حين سُجلت كل من الفئتين **المتوسطة والصغيرة بنسبة 25 %**لكل منهما (منشوران لكل فئة).

يشير الاعتماد الكبير على المساحات الزمنية الطويلة إلى رغبة قناة الجزيرة في تقديم **محتوى توثيقي ومفصل** نسبيًا، يفسح المجال أمام المعالجة المتعمقة والتفسير المباشر للأحداث. فالفيديوهات التي تتجاوز دقيقة ونصف تسمح بعرض أكبر قدر من المعطيات، خاصة في المواضيع الحساسة والمعقّدة مثل العدوان على غزة، حيث تسعى القناة إلى تقديم سياقات وأصوات من الميدان وشهادات حيّة، وليس فقط مشاهد سريعة.

في المقابل، فإن اعتماد نسبة 25% من المنشورات على **المساحة الزمنية المتوسطة** يوازن بين الإيجاز والعمق، إذ تتيح هذه المدة تقديم مادة مركّزة تفي بالغرض دون أن تفقد القدرة على التأثير. بينما **الفيديوهات القصيرة جدًا (أقل من 30 ثانية)** شكلت نسبة موازية (25%)، وتُستخدم عادة في **المقاطع العاجلة أو اللحظية** التي تركز على مشهد صادم أو معلومة واحدة دون تفصيل.

هذا التوزيع يعكس وعي القناة بضرورة **تنويع الطول الزمني للمحتوى حسب طبيعة الرسالة** والهدف التحريري، مع ميل واضح نحو المساحة الزمنية الأطول، والتي قد ترتبط أكثر بمنشورات الفيديو مقارنة بالريلز أو القصص، التي غابت أساسًا عن العينة كما أوضح الجدول السابق.

ومنه نستنتج أن الجدول رقم (03) توجّه قناة الجزيرة نحو تقديم محتوى إعلامي طويل نسبيًا، إذ تشكلت 50% من منشوراتها من فيديوهات تفوق الدقيقة والنصف، ما يدل على رغبة واضحة في **تقديم تغطية معمّقة وسردية للأحداث** في حين سمحت النسب الأقل للمحتوى المتوسط والصغير بتقديم رسائل مركّزة أو لحظية عند الحاجة هذا التنوع الزمني في الطرح يُعد مؤشرًا على **استراتيجية تحريرية مرنة**، تأخذ بعين الاعتبار توازن الرسالة الإعلامية مع أسلوب التلقي على منصة سريعة الإيقاع مثل إنستغرام، لكنه يبقى مشروطًا بغياب تام لأنواع أخرى من الوسائط كـ"الريلز" أو "القصص"، ما يجعل هذا التنوع محصورًا في إطار الفيديو التقليدي فقط.

الجدول رقم (04) يبين توزيع فئة اللغة المستخدمة		
فئة اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
اللغة العربية الفصحى	08	%50
اللهجة العامية	08	%50
الأجنبية	00	%00
المختلطة	00	%00
المجموع	16	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يبين الجدول رقم (04) توزيع **فئة اللغة المستخدمة** في منشورات قناة الجزيرة عبر تطبيق إنستغرام خلال تغطيتها لطوفان الأقصى، حيث تم رصد نوعية اللغة المستعملة سواء في النصوص المصاحبة للمنشورات أو في المضمون الصوتي داخل الفيديوهات. وتكتسي هذه الفئة أهمية خاصة، باعتبار أن **اللغة تُعد أداة استراتيجية في تشكيل الخطاب الإعلامي وتحديد هوية الجمهور المستهدف.**

تُظهر المعطيات أن قناة الجزيرة اعتمدت على **اللغة العربية الفصحى بنسبة 50 %** وهي النسبة نفسها التي سُجلت لفئة **اللهجة العامية** 50%، في المقابل، **لم يُسجّل أي استخدام للغة الأجنبية أو اللغة المختلطة**، إذ بلغت نسبتهما 0%.

يعكس هذا التوزيع **توازنًا دقيقًا** بين الطابع المهني الرسمي الذي تمثله الفصحى، والطابع الشعبي الواقعي الذي تعكسه العامية، خصوصًا في سياق التغطية الميدانية من داخل الأراضي الفلسطينية. فاللغة العربية الفصحى تُستخدم عادة في **النصوص التحريرية، العناوين،**

والتعليقات الإعلامية الرسمية، ما يعكس التزام القناة بالمعايير المهنية في تقديم الأخبار وتحليلها.

في المقابل، فإن توظيف **اللهجة العامية (الفلسطينية أو الشامية عمومًا)** يظهر غالبًا في **الشهادات الميدانية، التصريحات المصورة، أو المقاطع التي تُبث دون تحرير لغوي،** مما يمنح المحتوى صدقيّة وعفوية أقرب إلى الواقع، ويُسهم في تعزيز الأثر العاطفي عند الجمهور، خاصة في ظل التفاعل الوجداني مع القضية الفلسطينية.

أما غياب **اللغة الأجنبية واللغة المختلطة** فيشير إلى أن القناة تُخاطب في هذه المنشورات جمهورًا عربيًا بالدرجة الأولى، وتُفضّل الحفاظ على **اتساق لغوي واضح** يخدم الرسالة الإعلامية دون إدماج عناصر لغوية خارجية، ما يُعزز وحدة الخطاب ويُقلل من التشويش.

يعكس الجدول رقم (04) توجه قناة الجزيرة إلى **تحقيق توازن لغوي** بين استخدام اللغة العربية الفصحى واللهجة العامية بنسبة متساوية (50% لكل منهما)، بما يُبرز حرصها على الجمع بين **الاحترافية الإعلامية والتأثير الشعبي** في المقابل، فإن غياب اللغة الأجنبية والمختلطة يعكس **تركيزًا على الجمهور العربي** ووضوحًا في البنية الاتصالية، وهو ما يدعم قوة الرسالة وفعاليتها ضمن السياق الإعلامي الخاص بالقضية الفلسطينية.

الجدول رقم (05) يبين توزيع فئة أسلوب اللغة		
فئة أسلوب اللغة	التكرار	النسبة المئوية
رسمي/إخباري	08	%50
شخصي/عاطفي	07	%43.75
نداء/تحريض	00	%00
توجيه الخطاب إلى جمهور محلي أم عالمي	01	%6.25
المجموع	16	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يبين الجدول رقم (05) توزيع **فئة أسلوب اللغة المستعملة** في منشورات قناة الجزيرة عبر منصة إنستغرام أثناء تغطية العدوان على غزة، في إطار ما يُعرف بطوفان الأقصى، خلال الفترة الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025. ويقصد بهذه الفئة **الأسلوب التحريري والخطابي** الذي تم تبنيه في الصياغة النصية والتعليقات المصاحبة للمنشورات، والذي يعكس توجّه الخطاب الإعلامي، ومدى تأثره بطبيعة الحدث والجمهور المستهدف.

تُظهر النتائج أن **الأسلوب الإخباري/الرسمي هو الأسلوب الأكثر هيمنة** في منشورات قناة الجزيرة، بنسبة بلغت **50%** ويتجسد هذا الأسلوب في النصوص التي تركز على نقل الوقائع، التقارير الميدانية، البيانات الرسمية، أو التحديثات السريعة، بلغة محايدة ومهنية. هذا الاختيار يعكس التزام القناة بخط تحرير احترافي، خاصة في منصة مثل إنستغرام، حيث يُراهن على سرعة التفاعل والمعلومة الدقيقة.

يليه من حيث الأهمية **الأسلوب العاطفي/الوجداني بنسبة 43.75%**، حيث وظفت القناة هذا الطابع لإبراز **الألم الإنساني والتضامن العاطفي** مع المدنيين في غزة، خصوصًا عبر توثيق الضحايا، المعاناة اليومية، واستهداف الأطفال أو المنشآت المدنية. يظهر هذا النوع من الخطاب بوضوح في المقاطع المؤثرة التي تُصوّر واقع الحياة تحت القصف، ما يسهم في **تحفيز التفاعل الجماهيري** وإثارة تعاطف المتابعين.

أما فئة **توجيه الخطاب إلى جمهور بعينه (محلي أو عالمي)**، فقد ظهرت بنسبة ضعيفة جدًا **6.25% فقط**، وهو ما يعني أن قناة الجزيرة **تُخاطب جمهورًا عامًا وواسع النطاق**، دون تخصيص مباشر للخطاب، بل تكتفي غالبًا بإيصال الرسائل بشكل ضمني وشامل.

في المقابل، يُسجل **غياب تام لفئة "نداء/تحريض" بنسبة 0%**، وهو ما قد يدل على **اختيار استراتيجي من القناة بعدم الانخراط في خطاب تعبوي صريح أو تحريضي مباشر**، ربما تفاديًا لخرق سياسات المنصة أو للمحافظة على مهنية الرسالة الإعلامية، خاصة على وسائل التواصل الاجتماعي التي تفرض ضوابط تحريرية معينة.

ومنه نستنتج من خلال الجدول رقم **(05) تفوق الأسلوب الإخباري الرسمي بنسبة 50 %** في منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام، مما يدل على اعتمادها على **الخطاب المهني المحايد في تغطية الحدث الفلسطيني** .كما أن نسبة **43.75%من المنشورات جاءت بطابع عاطفي،** مما يعكس الحرص على **إبراز الأبعاد الإنسانية للأزمة** وتعزيز التأثير الوجداني في المقابل، فإن **غياب الأسلوب التحريضي (0%)** يُظهر اتجاها نحو **التوثيق والتفسير** بدلًا من الدعوة أو التحريض، وهو ما يتماشى مع سياسة متوازنة في تغطية الصراع. وأخيرًا، فإن اقتصار **توجيه الخطاب إلى جمهور معين على 6.25% فقط** يؤكد أن القناة تعتمد خطابًا عامًا مفتوحًا، يصلح لمتابعين من خلفيات محلية ودولية في آنٍ واحد.

الجدول رقم (06) يبين توزيع فئة طبيعة المحتوى		
فئة طبيعة المحتوى	التكرار	النسبة المئوية
توعوي/تثقيفي	01	%11.1
إنساني/عاطفي	07	%77.8
سياسي/تحليلي	00	%
ساخر/ناقد	01	%11.1
المجموع	09	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يبين الجدول رقم (06) توزيع **فئة طبيعة المحتوى** الذي نشرته قناة الجزيرة عبر حسابها الرسمي على تطبيق إنستغرام أثناء تغطية طوفان الأقصى بين 15 أفريل و15 ماي 2025 ونقصد بهذه الفئة **الزاوية الوظيفية أو الغرض الاتصالي** الذي يخدمه كل منشور، من خلال تحديد الطابع العام للمحتوى من حيث غايته ومضمونه.

تشير البيانات إلى أن الفئة المهيمنة بشكل واضح هي فئة **المحتوى الإنساني/العاطفي** بنسبة **77.7%** مما يعكس توجهًا تحريريًا واضحًا لقناة الجزيرة في إبراز **الوجه الإنساني للمأساة الفلسطينية**، والتركيز على المعاناة اليومية للمدنيين في ظل القصف والاعتداءات. هذا الأسلوب يُعزز المشاعر التضامنية ويُحرك الرأي العام من خلال **بث صور الشهداء، الجرحى، الأطفال، العائلات المنكوبة، والمرافق المدمّرة.**

في المقابل، سُجّلت **منشورة واحدة فقط ذات طابع توعوي/تثقيفي بنسبة 11.1%**، وغالبًا ما يكون هذا النوع من المحتوى مرتبطًا **بشرح الخلفيات أو تقديم إرشادات** أو توضيح قانوني أو إنساني، كالإشارة إلى جرائم الحرب أو حقوق المدنيين.

كما تضمن المحتوى **منشورًا واحدًا بطابع ساخر أو ناقد بنسبة 11.1%**، ما يشير إلى محاولة نادرة لكسر الطابع التراجيدي عبر **الأسلوب الرمزي أو النقدي غير المباشر**، إما عبر كاريكاتير، أو مقطع يعكس تناقضًا أو عبثية في موقف الاحتلال.

أما فئة **المحتوى السياسي أو التحليلي فلم تُسجل أي حالة(0%)** ، وهو ما يُفسر باعتماد قناة الجزيرة على منصات أخرى (مثل الموقع الإلكتروني أو قناة اليوتيوب) لبث التحليلات المعمّقة، بينما يُخصّص الإنستغرام غالبًا للمحتوى البصري العاجل والمباشر.

ومنه نستنتج من خلال الجدول رقم (06) هيمنة **المحتوى الإنساني/العاطفي بنسبة 77.8 %**في تغطية قناة الجزيرة عبر إنستغرام، مما يؤكد أن القناة تركّز على **إيصال المعاناة الفلسطينية بلغة وجدانية وصور حية من الميدان**، بهدف إحداث تأثير شعبي وإنساني. أما المحتوى التوعوي والساخر فقد ظهر بنسبة ضعيفة (11.1% لكل منهما)، ما يبرز طابعًا ثانويًا لهذين الاتجاهين، بينما **غاب المحتوى السياسي التحليلي تمامًا**، في دلالة على تركيز الإنستغرام على التوثيق الفوري أكثر من التفسير العميق. وبهذا، يتبيّن أن طبيعة المحتوى المعتمد تعكس **اختيارًا اتصاليًا قائمًا على التأثير العاطفي السريع والمباشر**، بما يتماشى مع طبيعة المنصة وسلوك جمهورها.

الجدول رقم (07) يبين توزيع فئة الرموز البصرية

فئة الرموز البصرية	التكرار	النسبة المئوية
تصوير المعاناة (دمار، بكاء، شهداء...)	08	%100
إظهار الصمود (ابتسامة طفل، رفع العلم، صلاة...)	00	%00
المجموع	00	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يوضح الجدول رقم (07) توزيع **فئة الرموز البصرية** المستخدمة في منشورات حساب قناة الجزيرة على تطبيق إنستغرام خلال تغطيتها لطوفان الأقصى بين 15 أفريل و15 ماي 2025. وتشير هذه الفئة **إلى الرموز أو الصور التي تظهر في المحتوى البصري (فيديو، صور ثابتة، غرافيك...)** والتي تنقل رسائل رمزية غير مباشرة، سواء عن طريق التعبير عن المعاناة أو تجسيد معاني الصمود.

تشير النتائج إلى أن **جميع المنشورات الثمانية (100%)** اعتمدت على **تصوير المعاناة** دون تسجيل أي حالة لرموز تدل على الصمود، حيث بلغت نسبة فئة "إظهار الصمود**0%** ".

يُبرز هذا التوزيع أن قناة الجزيرة ركزت في تغطيتها البصرية بشكل كامل على **الجانب المأساوي والإنساني للأحداث**، من خلال توظيف مشاهد الدمار والضحايا كأسلوب بصري مؤثر يهدف إلى **نقل قسوة الواقع وإثارة تعاطف الجمهور** .وتعد هذه الرموز من أكثر العناصر التي تُحدث أثرًا وجدانيًا في المتلقي، خصوصًا على منصة بصرية مثل إنستغرام، حيث تلعب الصورة دورًا محوريًا في تشكيل الوعي والرأي العام.

في المقابل، فإن **غياب الرموز التي تُظهر الصمود** قد يُفسَّر باختيار تحريرِي واعٍ بالتركيز على **الجانب التوثيقي للمأساة الإنسانية** دون التطرّق إلى البُعد الرمزي للمقاومة أو الأمل. كما قد يكون ذلك مرتبطًا بطبيعة المنصة التي تُفضّل الصور المباشرة والدرامية، أو بسياسة تحريرية مرحلية تُركّز على جذب الانتباه عبر الألم لا عبر التحدي.

فمن خلال نتائج الجدول رقم (07) نستنتج اعتماد قناة الجزيرة بنسبة **100%على الرموز البصرية المرتبطة بالمعاناة والدمار**، ما يؤكد اختيارها لتوظيف **الصور الصادمة والمؤثرة عاطفيًا** لإيصال حجم الكارثة في غزة خلال طوفان الأقصى. في المقابل، فإن **غياب رموز**

الصمود (0%) يدل على غياب البعد الرمزي المقاوم في التغطية البصرية، وهو ما قد يُعد نقطة قوة في **توجيه الاهتمام العالمي نحو حجم المعاناة**، لكنه في ذات الوقت قد يُفهم على أنه **إهمال لجانب الأمل والثبات الذي يشكّل بُعدًا مهمًا في الرواية الفلسطينية** ويُوصى مستقبلًا **بالموازنة بين المعاناة والصمود في المحتوى البصري**، لتقديم سردية أكثر شمولًا وعمقًا للقضية.

الجدول رقم (08) يبين توزيع فئة الهاشتاغ

فئة الهاشتاغ	التكرار	النسبة المئوية
غزة	00	**%00**
الحرب على غزة	00	**%00**
طوفان الأقصى	00	**%00**
اوقفوا الإبادة	00	**%00**
اسرائيل إرهابية	00	**%00**
فكوا الحصار	00	**%00**
فيديو	07	**%87.5**
الأخبار	01	**%12.5**
المجموع	08	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يوضح الجدول رقم (08) توزيع **فئة الهاشتاغات** المستخدمة في منشورات قناة الجزيرة عبر تطبيق إنستغرام خلال فترة تغطية طوفان الأقصى من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025 ويُقصد بفئة الهاشتاغ تلك الكلمات المفتاحية المسبوقة برمز (#)، والتي تُستخدم لتصنيف المنشورات وتوسيع دائرة انتشارها ضمن موضوعات محددة، سواء كانت سياسية، إنسانية، أو إعلامية.

تُظهر البيانات أن قناة الجزيرة اعتمدت بشكل كبير على **الهاشتاغ الفني/الوظيفي #فيديو** بنسبة **87.5%**من مجموع المنشورات، وهو ما يشير إلى توجه واضح نحو تصنيف المحتوى بحسب طبيعته التقنية وليس مضمونه السياسي أو الإنساني. يستخدم هذا النوع من الهاشتاغات غالبًا لزيادة الظهور ضمن تصنيفات عامة على المنصة، مثل الفيديوهات القصيرة أو الريلز، مما يُساهم في **رفع نسب الوصول والمشاهدة.**

تلي ذلك فئة **#الأخبار** بنسبة ضعيفة (12.5%)، وهي أيضًا من الهاشتاغات العامة التي لا تحمل مضمونًا سياسيًا مباشرًا، بل تصنّف المنشور ضمن الأخبار اليومية أو التغطية الإخبارية السريعة،أما الفئات الأخرى المرتبطة بالخطاب السياسي والإنساني، مثل **#غزة، #الحرب_على_غزة، #طوفان_الأقصى، #أوقفوا_الإبادة، #إسرائيل_إرهابية، #فكوا_الحصار**، فلم تُستخدم مطلقًا (بنسبة 0%). يُعد هذا الغياب لافتًا، خاصةً في سياق حملة إعلامية تتعلق بعدوان واسع النطاق على قطاع غزة. ويُمكن تفسير هذا الغياب بعدة احتمالات:

- **التزام تحريري** من القناة بتجنب استخدام هاشتاغات مباشرة قد تُصنّف كـ"تحريضية" من قبل المنصة أو تؤدي إلى تقليص مدى الانتشار.
- أو **اختيار استراتيجي للترويج لمحتوى بصري دون تحميله دلالة سياسية مباشرة** في العناوين النصية أو الوصفية.
- أو حتى **مراعاة لسياسات إنستغرام المتشددة تجاه بعض الهاشتاغات الحساسة المرتبطة بالنزاعات المسلحة.**

من خلال الجدول رقم (08) نستنتج اعتماد قناة الجزيرة بنسبة **87.5%على هاشتاغات وظيفية مثل #فيديو**، ما يدل على **استراتيجية نشر تركز على تعزيز ظهور المنشورات ضمن التصنيفات العامة للمنصة**، بدلًا من الانخراط في تصنيفات سياسية أو تضامنية مباشرة. في المقابل، فإن **غياب كامل للهاشتاغات المرتبطة بالمضمون السياسي أو الإنساني للقضية**

الفلسطينية (0%) يطرح تساؤلات حول **القيود التحريرية أو التقنية** التي قد تكون أثّرت في خيارات النشر، كما يعكس **إمكانات مهدورة في توظيف الهاشتاغ كأداة دعم للقضية**، خاصةً وأنها تمثل وسيلة فعالة لتوسيع التفاعل الرقمي وتعزيز الرسائل الرمزية.

الجدول رقم (09) يبين توزيع فئة الألوان

فئة الألوان	التكرار	النسبة المئوية
ألوان العلم الفلسطيني	00	%00
الأبيض	07	%31.8
الأسود	08	%36.4
الأحمر	07	%31.8
المجموع	22	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يوضح الجدول رقم (09) توزيع **فئة الألوان** التي ظهرت في المنشورات التي بثها حساب قناة الجزيرة على منصة إنستغرام خلال فترة تغطية العدوان الإسرائيلي على غزة، المعروف بـ"طوفان الأقصى"، من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025. وتشير هذه الفئة إلى الألوان المهيمنة في الصور والفيديوهات، باعتبارها **أداة بصرية رمزية تعكس أبعادًا نفسية وإنسانية أو وطنية.**

يُظهر الجدول أن **اللون الأسود تصدّر قائمة الألوان المستخدمة بنسبة 36.4%**، وهو ما **يدل على حضور كثيف للرمزية البصرية المرتبطة بالحزن والمأساة والفقدان** .وغالبًا ما يُوظف اللون الأسود في الخلفيات، أو في لباس الضحايا والمشيعين، أو في الظلال المرافقة لمشاهد القصف، ما يضفي طابعًا جنائزيًا ثقيلًا يعكس خطورة الوضع الميداني.

تلاه **اللون الأبيض بنسبة 31.8%**، والذي يُعدّ رمزًا للكفن والطهارة والبراءة. ظهوره المتكرر يشير إلى **تركيز بصري على مشاهد الجثامين، أو أكفان الشهداء، خاصة من الأطفال والنساء**، ما يمنح التغطية **بعدًا وجدانيًا قويًا** ويُثير مشاعر الحزن والتعاطف الإنساني لدى المتلقي.

بنسبة موازية، برز **اللون الأحمر (أيضًا 31.8%)**، وهو اللون الذي يرتبط دلاليًا **بالدم، الخطر، العنف، والعدوان** .تكرار استخدام هذا اللون يُعزز **شحن الرسالة البصرية بالدراما والشدة**، ويُستعمل غالبًا في مشاهد الإصابة، القصف، أو مع خلفيات نارية تُشير إلى التدمير.

أما **ألوان العلم الفلسطيني (الأحمر، الأبيض، الأسود، والأخضر كوحدة رمزية)** فلم تُسجّل أي حالة (0.0%)، وهو ما يُعدّ مؤشرًا على **غياب الرمزية الوطنية المباشرة** في التغطية، لصالح التركيز على البعد التوثيقي الإنساني والمعاناة الميدانية. وقد يُعزى هذا الغياب إلى قرار تحريري بالابتعاد عن التوظيف الرمزي المباشر للهوية الوطنية، أو إلى طبيعة المحتوى الذي ارتكز أكثر على نقل المشهد كما هو، دون تعزيز الخطاب السياسي البصري.

ومنه نستنتج من خلال الجدول رقم (09) هيمنة الألوان ذات البُعد العاطفي والدرامي – الأسود، الأبيض، والأحمر – في منشورات قناة الجزيرة بنسبة متقاربة، حيث شكّل الأسود النسبة الأعلى (36.4%)، يليه الأبيض والأحمر بنسبة 31.8% لكل منهما هذا التوزيع يُظهر أن **الخطاب البصري المعتمد ركز على تصوير المأساة، الحزن، والعنف، بهدف التأثير في الوجدان الإنساني وتوثيق الفظائع** .في المقابل، فإن **غياب ألوان العلم الفلسطيني بنسبة 0.0 %**يعكس **ضعفًا أو غيابًا في استحضار الرموز الوطنية البصرية**، ما يُقلّص من حضور البعد النضالي أو المقاوم في التغطية ويُستنتج أن الاستراتيجية البصرية ركزت على **إثارة التعاطف أكثر من إبراز الهوية السياسية**، وهو توجه ذو تأثير كبير لكنه قد يُثير أيضًا تساؤلات حول التوازن بين **الإنساني والوطني في التغطية الإعلامية.**

المحور الثاني: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

الجدول رقم (10) يبين توزيع فئة القيم		
فئة القيم	التكرار	النسبة المئوية
الانتماء الوطني	07	%30.4
الصمود والمقاومة	08	%34.8
الحرية والعدالة	01	%4.4
القيم الإنسانية	00	%00
الدين والثقافة	07	%30.4
المجموع	23	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يُظهر الجدول رقم (10) **توزيع فئة القيم** التي برزت في منشورات قناة الجزيرة على منصة إنستغرام، خلال تغطيتها لعدوان طوفان الأقصى في الفترة الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025. ويقصد بهذه الفئة نوع القيم التي تم التعبير عنها بشكل مباشر أو ضمني عبر الصور، النصوص، والرموز المصاحبة للمنشورات، سواء كانت سياسية، اجتماعية، إنسانية، أو دينية.

احتلت **قيمة الصمود والمقاومة** الصدارة بنسبة 34.8%، ما يشير إلى تركيز ملحوظ من قناة الجزيرة على إبراز **قوة الشعب الفلسطيني في مواجهة العدوان**، وذلك من خلال منشورات توثق التحدي في ظل الدمار، الثبات رغم القصف، أو إعادة إعمار ما تم تدميره. هذا التوجه يُعدّ استراتيجيًا في الخطاب الإعلامي الميداني، لما يعزّز من **الصورة البطولية والصمود الشعبي**.

تأتي في المرتبة الثانية **قيمة الانتماء الوطني** بنسبة 30.4%، والتي تجلت عبر **رفع العلم الفلسطيني، أو الإشارات البصرية إلى رموز الهوية الوطنية** .وهذا يعكس حرصًا على ربط المعاناة بالهوية، وتحويل الكارثة الإنسانية إلى **مناسبة لتعزيز الوعي الوطني.**

بنسبة مماثلة، ظهرت **قيمة الدين والثقافة** أيضًا بـ 30.4%، وقد برزت خصوصًا في **صور النساء بالحجاب، أو مشاهد الصلاة، أو الإشارات البصرية إلى الهوية الإسلامية،** ما يعكس عمق الارتباط بين المقاومة الفلسطينية والقيم الثقافية والدينية في المجتمع الفلسطيني، **وهو خطاب رمزي قوي** يعزز الانتماء الحضاري والديني للهوية الفلسطينية.

أما **قيمة الحرية والعدالة** فقد وردت بنسبة ضعيفة 4.4% فقط، في حالة واحدة، وهي تلك التي تُعبر عن **الدعوة لإنهاء الاحتلال، ورفض الظلم، والتأكيد على الحقوق المشروعة** ضعف هذه القيمة في العينة قد يُشير إلى **انشغال التغطية بالحدث الآني والميداني على حساب الخطاب الحقوقي السياسي العام.**

في المقابل، **غياب القيم الإنسانية (0.0%)** يُعد مفاجئًا نوعًا ما، خاصة أن كثيرًا من التغطيات ترتكز على الجانب الإنساني كالضحايا من الأطفال، الأمهات، أو المدنيين. لكن هذا الغياب في التصنيف قد يعود إلى أن القيم الإنسانية تم التعبير عنها **ضمنيًا** عبر رموز أخرى، ولم تُعبّر عنها القناة بشكل صريح أو مباشر في محتوى المنشورات النصي.

ومنه نستنتج من خلال نتائج الجدول رقم (10) تفوقًا واضحًا لقيمة **الصمود والمقاومة بنسبة 34.8%،** ما يدل على تركيز قناة الجزيرة على الخطاب الإعلامي الذي يُعزز **الثبات والتحدي في مواجهة العدوان** .تليها بالتساوي **قيم الانتماء الوطني والدين والثقافة (بـ 30.4% لكل منهما)،** ما يُبرز تداخل الهوية الوطنية والدينية في بناء الرسالة الإعلامية، ويؤكد على أهمية الرمزية الثقافية والدينية في سياق النضال الفلسطيني. أما ضعف تمثيل قيمة **الحرية والعدالة وغياب القيم الإنسانية،** فيشير إلى **طغيان الطابع التقريري الميداني** على حساب البعد

الحقوقي والوجداني الصريح، وهو ما يُبرز توجّه القناة نحو توثيق المقاومة والهوية أكثر من تبنّي الخطاب الأخلاقي أو القانوني الدولي.

الجدول رقم (11) يبين توزيع فئة الموضوعات

فئة الموضوعات	التكرار	النسبة المئوية
الاعتداءات والانتهاكات	06	%42.9
القدس والمسجد الأقصى	00	%00
الأسرى في السجون	00	%00
اللاجئون والتهجير	00	%00
المجازر والقصف	06	%42.9
حياة الفلسطيني اليومية تحت الاحتلال	01	%7.1
التضامن الدولي	01	%7.1
المقاومة الشعبية أو السلمية	00	%00
المجموع	14	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يُبرز الجدول رقم (11) توزيع **فئة الموضوعات** التي تطرقت إليها منشورات قناة الجزيرة عبر منصة إنستغرام خلال فترة تغطية العدوان الإسرائيلي على غزة فيما يُعرف بـ"طوفان الأقصى"، من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025. وتهدف هذه الفئة إلى تحديد المحاور والمضامين التي شكّلت تركيبة الرسائل الإعلامية المنشورة، وذلك وفق تصنيفات سياسية، إنسانية، اجتماعية، ودولية.

تُظهر نتائج الجدول أن **موضوعي "الاعتداءات والانتهاكات" و"المجازر والقصف" تصدّرا التغطية الإعلامية بنفس النسبة (42.9% لكل منهما)**، ما يعني أن قناة الجزيرة ركزت بشكل أساسي على **توثيق العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة من الناحية الميدانية والعنيفة** .وقد ظهر ذلك من خلال الصور التي توثق عمليات القصف، ونتائج الهجمات على البنية التحتية، بالإضافة إلى رصد عدد الشهداء والجرحى. هذا الطرح يعكس توجّهًا نحو تغليب الطابع التوثيقي الإخباري ذي التأثير العاطفي المباشر، ويدل على أولوية إعطاء صوت للضحايا.

في المرتبة التالية، ظهرت "**حياة الفلسطيني اليومية تحت الاحتلال** "و"التضامن الدولي" بنسبة 7.1% لكل منهما، وهو حضور ضعيف نسبيًا. ففي الوقت الذي تعكس فيه الأولى محاولة لإظهار الواقع المعاش في ظل الحرب، فإن الثانية تشير إلى **بعض حالات الدعم الدولي الرمزي أو الشعبي للقضية الفلسطينية**، إلا أن ضعف تمثيلها يُبرز **غياب البُعد الخارجي في التغطية أو الاكتفاء بزاوية النظر المحلية للمأساة.**

في المقابل، غابت تمامًا الموضوعات المرتبطة **بالقدس والمسجد الأقصى، الأسرى في السجون، اللاجئين والتهجير، والمقاومة الشعبية أو السلمية**، بنسبة 0.0% لكل منها. ويعني هذا أن الخطاب الإعلامي في العينة المدروسة لم يتطرق إلى هذه المحاور، على الرغم من ارتباطها الوثيق بالسياق العام للعدوان. قد يُعزى هذا الغياب إلى تركيز القناة على تغطية الحدث العنيف واللحظي على حساب التعمق في الملفات المستمرة أو الرمزية، أو أنه يُمثل خيارًا تحريريًا موجهًا نحو **استراتيجية إعلامية قائمة على نقل الواقع الميداني دون الغوص في خلفياته السياسية والرمزية.**

يعكس الجدول رقم (11) هيمنة الموضوعات الميدانية والإنسانية المباشرة على التغطية، حيث احتلت **الاعتداءات والانتهاكات والمجازر والقصف نسبة 85.8% مجتمعة**، وهو ما يدل على أن قناة الجزيرة ركزت في تغطيتها على **توثيق العنف والدمار في غزة بشكل أساسي** .

في المقابل، فإن ضعف حضور موضوعات مثل "التضامن الدولي" و"الحياة اليومية"، وغياب الموضوعات الرمزية والسياسية مثل "القدس" و"الأسرى"، يُبرز توجّهًا نحو **المعالجة اللحظية للحدث دون ربطه بالأبعاد الكبرى للصراع الفلسطيني–الإسرائيلي** .هذا الأمر يمنح التغطية قوة في التأثير العاطفي، لكنه قد يُضعف من البُعد التحليلي والسياسي للقضية، وهو ما يُمكن النظر إليه كتحدٍ في صناعة خطاب إعلامي متكامل ومتوازن.

الجدول رقم (12) يبين توزيع فئة الشخصيات الفاعلة

فئة الشخصيات الفاعلة	التكرار	النسبة المئوية
المؤثرون الفلسطنيون	00	%00
الاحتلال الإسرائيلي/الجنود/السياسيون الإسرائيليون	01	%6.6
المدنيون الفلسطينيون ضحايا، عائلات، أطفال، مسعفون	07	%46.7
الشهداء	07	%46.7
داعمون دوليون صحفيون، فنانون، مؤثرون عالميون	00	%00
جهات إعلامية أو مؤسسات حقوقية	00	%00
شخصيات قيادية في حركة حماس أبو عبيدة / محمد السنوار	00	%00
المجموع	15	100%

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يعرض الجدول رقم (12) توزيع **فئة الشخصيات الفاعلة** التي ظهرت في منشورات قناة الجزيرة عبر منصة إنستغرام خلال فترة العدوان الإسرائيلي على غزة في سياق "طوفان الأقصى" (15 أفريل – 15 ماي 2025). وتهدف هذه الفئة إلى إبراز نوعية الأفراد أو الجماعات الذين تم تمثيلهم بصريًا أو لغويًا كفاعلين أو رموز داخل المنشورات، بما يعكس أولويات التغطية وأسلوب بناء الخطاب الإعلامي.

يتّضح من الجدول أن التغطية ركزت بشكل كبير على **المدنيين الفلسطينيين** بنسبة 46.7%، ويتضمن ذلك الضحايا من النساء والأطفال، الجرحى، المسعفين، وأفراد العائلات الثكلى. هذا الحضور المكثف يشير إلى اعتماد قناة الجزيرة على **المدخل الإنساني في بناء خطابها البصري واللغوي**، عبر تصوير المعاناة اليومية للمدنيين تحت الاحتلال، وهي استراتيجية مؤثرة في إثارة تعاطف الجمهور وتدويل القضية.

وبالنسبة المئوية ذاتها 46.7%، حظي **الشهداء** بتمثيل واسع ضمن المنشورات، سواء عبر صور مباشرة للجثامين، مشاهد الجنازات، أو عبر اللغة المستخدمة (مثل نعوات، إحصائيات، وصف المشاهد). يُظهر ذلك اعتمادًا واضحًا على **استراتيجية التوثيق المباشر للخسائر البشرية**، مما يعزز البعد العاطفي والدعائي في الخطاب، ويُساهم في إدانة الاحتلال بشكل غير مباشر عبر المشهد البصري.

أما **الاحتلال الإسرائيلي (الجنود والسياسيون)** فظهر بنسبة ضعيفة بلغت 6.6%، وهو تمثيل محدود جدًا يدل على أن القناة **تجنّبت تسليط الضوء المفرط على العدو أو على خطابه السياسي**، وركّزت بدلًا من ذلك على نتائج أفعاله (كالضحايا) أكثر من إظهار فاعليته كخصم مباشر. وهو توجه شائع في التغطيات الإنسانية لتفادي منح "الخصم" حضورًا دعائيًا أو رمزيًا.

في المقابل، سُجّل غياب تام (0.0%) لعدة فئات فاعلة أخرى مثل:

- **المؤثرون الفلسطينيون**، رغم دورهم البارز على المنصات الرقمية؛
- **الداعمون الدوليون** من صحفيين أو فنانين عالميين؛
- **المؤسسات الحقوقية**؛
- **القيادات السياسية أو العسكرية من حماس** مثل أبو عبيدة، السنوار.

هذا الغياب يُظهر أن التغطية ركزت **على توثيق الأثر الإنساني للعدوان بدلًا من التركيز على الفاعلين السياسيين أو على دعم خارجي محتمل** .كما قد يُعزى ذلك إلى سياسات منصة إنستغرام التي تقيد محتوى التحريض أو الترويج السياسي الصريح، ما قد يكون قد دفع القناة نحو تغطية أكثر "توازنًا" بصريًا.

يعكس الجدول رقم (12) اعتماد قناة الجزيرة على **تمثيل الشخصيات المدنية والفردية المتضررة (ضحايا وشهداء) بنسبة 93.4% مجتمعة**، ما يُبرز بوضوح توجهًا نحو **الخطاب الإنساني والميداني**، بدلًا من التركيز على الفاعلين السياسيين أو العسكريين. في المقابل، فإن **غياب القيادات والمناصرين الدوليين والمؤسسات الحقوقية** يحد من زاوية النظر إلى القضية الفلسطينية بوصفها مأساة إنسانية فقط، دون ربطها الفاعل بالأطر السياسية أو القانونية أو التضامنية الأوسع. وهو ما يُظهر توجهًا تحريريًا حذرًا، موجهًا نحو **بناء خطاب تأثري عبر صور الضحايا، أكثر من خطاب تعبوي أو توجيهي.**

الجدول رقم (13) يبين توزيع فئة الجمهور المستهدف		
فئة الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية
الجمهور المحلي الفلسطيني رسائل تحفيزية، توعوية، توثيقية	08	%25
الجمهور العربي العام	08	%25
الجمهور العالمي/الغربي خاصة عند استخدام اللغة الإنجليزية	00	%00
الجهات الحقوقية أو الإعلام الدولي	08	%25
صناع القرار أو الحكومات الدولية	08	%25
المجموع	32	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يعرض الجدول رقم (13) توزيع فئات الجمهور المستهدف في منشورات قناة الجزيرة على منصة إنستغرام خلال تغطية عدوان "طوفان الأقصى" على غزة بين 15 أفريل و15 ماي 2025. ويقصد بفئة "الجمهور المستهدف" نوع المتلقين الذين وُجّهت إليهم الرسائل الإعلامية ضمن محتوى المنشورات، سواء بشكل مباشر أو ضمني، وذلك من خلال طبيعة اللغة، نوعية الرسالة، وأسلوب التقديم.

تشير البيانات إلى توازن ملحوظ في التوجه الاتصالي لقناة الجزيرة، حيث تم توزيع الرسائل الإعلامية بالتساوي بين أربع فئات رئيسية من الجمهور بنسبة 25% لكل منها:

1. الجمهور المحلي الفلسطيني :شكّلت المنشورات الموجهة له ربع العينة، وتميزت بطابع تحفيزي، توعوي، وتوثيقي، يهدف إلى تعزيز الصمود، نقل الواقع، وبث رسائل الصبر والتماسك داخل المجتمع الفلسطيني في ظل العدوان.
2. الجمهور العربي العام :استُهدف بنفس النسبة من خلال رسائل وجدانية وإنسانية، تركز على تسليط الضوء على المعاناة من أجل إثارة التعاطف العربي العام، وربما تحريك مواقف سياسية أو تضامنية شعبية.
3. الجهات الحقوقية والإعلام الدولي :يُلاحظ وجود اهتمام واضح بتوجيه رسائل مباشرة أو غير مباشرة لهذه الجهات، من خلال التوثيق الدقيق، استخدام الأرقام، والإبراز البصري للانتهاكات، ما يعكس وعيًا بأهمية التأثير في منصات القرار القانوني والمهني العالمي.
4. صنّاع القرار أو الحكومات الدولية :تم استهدافهم بنسبة 25% أيضًا، خاصة من خلال توظيف الرموز الحقوقية والنداءات الإنسانية التي قد تُفهم كأداة ضغط ضمني على السياسات الدولية.

في المقابل، تُظهر النتائج غياب الجمهور العالمي/الغربي بوصفه فئة موجهة صراحة في الخطاب، بنسبة 0.0%، وهو ما يدل على:

- إما محدودية استخدام اللغة الإنجليزية أو الرموز الثقافية الغربية في المنشورات،
- أو رغبة القناة في التركيز على خطاب عربي–محلي–حقوقي دون الانخراط في سردية ترويجية موجهة للغرب، ربما لأسباب تتعلق بسياسات النشر أو الأولويات التحريرية.

يعكس الجدول رقم (13) وجود خطاب إعلامي موزون في تغطية قناة الجزيرة، إذ تم توجيه المحتوى بشكل متساوٍ إلى:

- الجمهور المحلي الفلسطيني،
- الجمهور العربي العام،

- الإعلام والجهات الحقوقية،
- وصنّاع القرار الدوليين.

ويعكس هذا التوازن وعيًا وظيفيًا لدى القناة بأهمية تعدد جمهورها الرقمي، وسعيها للتأثير في أكثر من دائرة: محلية، عربية، حقوقية، وسياسية في المقابل، فإن غياب التوجه الواضح نحو الجمهور الغربي/العالمي يشكّل نقطة تستحق الانتباه، خاصة في ظل تعاظم دور وسائل التواصل في كسب الرأي العام الغربي، وهو ما قد يُعتبر فجوة اتصالية في خطاب موجه لقضية ذات طابع دولي بامتياز.

الجدول رقم (14) يبين توزيع فئة اتجاه الموضوع

فئة اتجاه الموضوع	التكرار	النسبة المئوية
إدانة وفضح الاحتلال	08	%20
دعم الشعب الفلسطيني	08	%20
دعوة للتضامن والمناصرة	00	%00
إبراز الانتهاكات والظلم	08	%20
إظهار الجانب الإنساني والمعاناة	08	%20
نقل الواقع دون تعليق مباشر (اتجاه وصفي)	08	%20
المجموع	40	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يُبيّن الجدول رقم (14) اتجاه الموضوعات التي تناولتها منشورات قناة الجزيرة عبر منصة إنستغرام خلال فترة العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في سياق "طوفان الأقصى" (15 أفريل

– 15 ماي 2025). ويُقصد بـ "اتجاه الموضوع" الطابع أو التوجه العام للرسالة الإعلامية، سواء أكان توصيفيًا، عاطفيًا، اتهاميًا، أو تضامنيًا، بما يعكس البعد المقصود من النشر.

يُظهر الجدول توزيعًا متوازنًا بين خمسة اتجاهات رئيسية بنسبة متساوية (20% لكل منها)، وهو ما يعكس تنوعًا في الطرح الإعلامي ضمن تغطية قناة الجزيرة للعدوان. وفيما يلي قراءة تفصيلية لهذه الاتجاهات:

1. إدانة وفضح الاحتلال(20%) يتجلى هذا الاتجاه في المنشورات التي تحمل نبرة اتهامية واضحة، وتُظهر الاحتلال كفاعل مباشر للدمار والمجازر، من خلال تصوير النتائج المأساوية للهجمات، وتوثيق شهادات شهود العيان أو بيانات رسمية من وزارة الصحة أو الدفاع المدني الفلسطيني.
2. دعم الشعب الفلسطيني(20%) تجسّد هذا الدعم في منشورات تُبرز الصمود، مشاهد التحدي، أو النبرة الإيجابية تجاه المقاومة المجتمعية أو الإنسانية، حتى وسط المأساة. وغالبًا ما يظهر هذا الدعم في الصياغة اللغوية أو اختيار الصور الدالة على العزيمة رغم الألم.
3. إبراز الانتهاكات والظلم(20%) هذا الاتجاه يرتبط مباشرة بالبعد الحقوقي، حيث ركّزت المنشورات على عرض مشاهد القصف العشوائي، استهداف المدنيين، وقصف المنشآت الحيوية، بما يُشير إلى وقوع جرائم وانتهاكات محتملة للقانون الدولي الإنساني.
4. إظهار الجانب الإنساني والمعاناة(20%) تمثل هذا الاتجاه في تغطيات تُظهر وجوه الأطفال، الأمهات الثكالى، عمليات الإنقاذ، أو لحظات الفقدان، وهي استراتيجية تعتمد على التأثير العاطفي المباشر، وتستهدف إثارة مشاعر المتلقي وتعزيز التضامن الوجداني.
5. نقل الواقع دون تعليق مباشر (اتجاه وصفي)(20%) ظهر هذا الاتجاه في منشورات اكتفت بالتوثيق البصري دون تعليق سياسي أو تحليلي، وغالبًا ما كانت عبارة عن مقاطع

فيديو من الميدان أو صور فوتوغرافية مرفقة بتعليق وصفي بسيط، مما يُظهر نوعًا من الحياد المهني، أو توجيه ضمني للمتلقي ليتفاعل أو يحلل بنفسه.

أما "الدعوة للتضامن والمناصرة "فغابت تمامًا بنسبة (0.0%)، وهو ما يُعد مؤشرًا مهمًا على توجه قناة الجزيرة نحو تغطية واقعية وإنسانية دون اللجوء إلى خطاب مباشر تعبوي أو تحريضي، ربما التزامًا بسياسات النشر على منصة إنستغرام، أو للحفاظ على مصداقية الطرح الإخباري والمهني.

يعكس الجدول رقم (14) اعتماد قناة الجزيرة على تغطية متعددة الاتجاهات تراوحت بين الإدانة، الدعم، التوثيق، والوصف الإنساني، بنسب متساوية 20%، ما يدل على استراتيجية إعلامية متوازنة تجمع بين النقل المهني، والطرح العاطفي، والرسالة الحقوقية في المقابل، فإن غياب الاتجاه التعبوي المباشر (دعوة للتضامن) يُظهر وعيًا تحريريًا مدروسًا، يُراعي خصوصية المنصة الرقمية والجمهور المتنوّع، ويُفضل التأثير غير المباشر عبر الصورة والحدث، لا عبر الدعوة الصريحة.

الجدول رقم(15) يبين توزيع فئة الأساليب الإقناعية

فئة الأساليب الإقناعية	التكرار	النسبة المئوية
الاستشهاد بالأرقام/الإحصائيات	**07**	**%43.8**
استخدام القصص الإنسانية	**01**	**%06.2**
اللجوء للمقارنات (بين فلسطين ودول أخرى)	**00**	**%00**
التوجيه العاطفي (صور مؤثرة، لغة وجدانية)	**08**	**%50**
اللغة الحجاجية أو الخطابية المباشرة	**00**	**%00**
المجموع	**16**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يعرض الجدول رقم (15) توزيع الأساليب الإقناعية التي استُخدمت في منشورات قناة الجزيرة عبر منصة إنستغرام خلال فترة العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في إطار "طوفان الأقصى"، وذلك في الفترة الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025. ويقصد بفئة الأساليب الإقناعية، تلك الوسائل التي تعتمد عليها الرسالة الإعلامية للتأثير في المتلقي وإقناعه، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال اللغة، الصور، الأرقام، أو البُعد الوجداني.

يتبيّن من خلال الجدول أن الأسلوب العاطفي كان الأبرز والأكثر استخدامًا بنسبة 50%، وهو ما يعكس استراتيجية إعلامية تعتمد على الاستثارة الوجدانية والتأثير في مشاعر المتابعين

من خلال الصور الصادمة، مشاهد الضحايا، أو تعابير الوجه المليئة بالألم، بالإضافة إلى الصياغة اللغوية التي تنقل حجم المعاناة هذا النوع من الخطاب يُعد فعّالًا على منصات بصرية مثل إنستغرام، حيث يلعب البُعد الإنساني دورًا رئيسيًا في توليد التفاعل والتضامن.

يليه في المرتبة الثانية الاستشهاد بالأرقام والإحصائيات بنسبة 43.8%، حيث اعتمدت بعض المنشورات على توثيق عدد الشهداء، الإصابات، أو حجم الدمار، وهي وسيلة إقناعية تعزز المصداقية والجدية في الطرح، وتُسهل إيصال الرسالة إلى جمهور يبحث عن المعلومة الدقيقة لا العاطفة فقط هذا التوازن بين العاطفة والرقم يُظهر وعيًا لدى القناة بضرورة الجمع بين التأثير الوجداني والبرهان العقلي.

في المقابل، لم تحظَ بعض الأساليب الإقناعية بأي تمثيل في العينة، مثل:

- اللغة الحجاجية أو الخطابية المباشرة :(0.0%)مما يدل على أن القناة تجنبت الأسلوب المباشر في التوجيه أو الإقناع السياسي الصريح، ربما التزامًا بسياسات النشر على إنستغرام أو للحفاظ على الحياد النسبي في الصياغة.
- المقارنات بين فلسطين ودول أخرى :(0.0%)غياب هذا الأسلوب يبيّن أن المحتوى ركّز على الخصوصية الفلسطينية دون وضعها في سياقات مقارنة دولية.
- استخدام القصص الإنسانية بنسبة ضعيفة جدًا (6.2%): وهو أمر مفاجئ بالنظر إلى طبيعة المنصة، وقد يكون ناتجًا عن التركيز على المحتوى السريع (ريلز/فيديوهات قصيرة) دون التوسّع في سرد الحكايات الشخصية.

يُظهر الجدول رقم (15) هيمنة الأسلوب العاطفي بنسبة 50% في التغطية، وهو ما يتماشى مع طبيعة منصة إنستغرام كمنصة تعتمد على التأثير البصري والوجداني. في المرتبة الثانية، جاء الاستشهاد بالأرقام بنسبة 43.8%، ما يعكس محاولة المزج بين العاطفة والمعلومة لتقوية الرسالة الإعلامية أما غياب الأساليب الحجاجية والخطابية أو

المقارنات فيدل على أن قناة الجزيرة فضّلت خطابًا غير مباشر، غير تعبوي، لكنه موثّق وجدانيًا، ما يمنح تغطيتها توازنًا بين الوظيفة الإعلامية والرسالة الإنسانية.

الجدول رقم(16) يبين توزيع فئة الأهداف

فئة الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
نشر الوعي بالقضية الفلسطينية	08	%16.7
فضح ممارسات الاحتلال أمام الرأي العام العالمي	08	%16.7
تحفيز التضامن العربي والدولي	08	%16.7
حشد الدعم السياسي أو الإنساني	08	%16.7
نقل الواقع من الميدان بلغة شعبية/مؤثرة	08	%16.7
تعزيز الرواية الفلسطينية ومواجهة التضليل الإعلامي	08	%16.7
المجموع	48	%100

المصدر: من إعداد الطالبين

التعليق:

يعرض الجدول رقم (16) توزيع فئة الأهداف الاتصالية في تغطية قناة الجزيرة عبر منصة إنستغرام لأحداث "طوفان الأقصى "خلال الفترة الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025، وتحديدًا في المنشورات المتعلقة بمجازر القصف الإسرائيلي في قطاع غزة وتُقصد بهذه الفئة الرسائل غير المباشرة أو الأهداف الضمنية التي تسعى التغطية الإعلامية

إلى تحقيقها، سواء على مستوى التأثير الجماهيري، أو صناعة الرأي العام، أو التأثير في المتلقي العربي والدولي.

ظهرت كل المؤشرات بنفس النسبة 16.7% في هذا الجدول توجّهًا تحليليًا مفاده أن قناة الجزيرة، عبر منشوراتها التي وثّقت مجازر القصف الإسرائيلي، حرصت على توظيف كل هدف من الأهداف الاتصالية الستة بشكل متوازن ومتكامل.

- أولًا، نشر الوعي بالقضية الفلسطينية كان حاضرًا في كل التغطيات تقريبًا، سواء عبر استحضار السياق التاريخي للصراع، أو إبراز التضحيات المستمرة للفلسطينيين، وهو ما يُسهم في ترسيخ المعرفة بالقضية لدى جمهور واسع، خاصة من الأجيال الجديدة على المنصات الرقمية.
- ثانيًا، فضح ممارسات الاحتلال أمام الرأي العام العالمي مثّل جوهر الخطاب، من خلال التوثيق البصري للمجازر، استخدام لغة محايدة أحيانًا، ومباشرة أحيانًا أخرى، مع التركيز على الطبيعة المدنية للضحايا (أطفال، مسعفون، منازل).
- ثالثًا، تحفيز التضامن العربي والدولي برز في المنشورات ذات الطابع الإنساني والعاطفي، حيث تلعب الصور المؤثرة، ونقل الشهادات، واللغة العاطفية، دورًا أساسيًا في خلق تعاطف وجداني وتحريك حملات دعم إلكترونية أو سياسية.
- رابعًا، حشد الدعم السياسي أو الإنساني يُفهم من المنشورات التي تبرز الأرقام، الاستهداف الممنهج للمدنيين، أو نقل مناشدات من داخل غزة، ما يدفع القارئ أو المتابع لاستشعار الحاجة إلى تحرك سياسي أو إنساني دولي.
- خامسًا، نقل الواقع من الميدان بلغة شعبية أو مؤثرة يتجسد في أسلوب السرد المستخدم، والذي يُخاطب الوجدان ولا يكتفي بلغة النشرات الرسمية. يتم ذلك باستخدام فيديوهات قصيرة، وصور حصرية، وشهادات شعبية من قلب الحدث.

- سادسًا، تعزيز الرواية الفلسطينية ومواجهة التضليل الإعلامي يُعد هدفًا استراتيجيًا لدى القناة، خاصة في ظل وجود روايات مضادة في الإعلام الدولي. وقد تم دعم هذا الهدف عبر إظهار الضحية، توثيق اللحظة، ونقل أصوات الفلسطينيين أنفسهم، ما يعزز مصداقية الرواية أمام المتابع الأجنبي.

يبين الجدول رقم (16) أن قناة الجزيرة اعتمدت تغطية شاملة ومتوازنة لأحداث "طوفان الأقصى"، حيث تم تحقيق كافة الأهداف الاتصالية الستة بنسبة متساوية، ما يدل على استراتيجية تحريرية متكاملة تجمع بين التوعية، التأثير، التوثيق، والتضامن.

هذا التوازن يُظهر أن قناة الجزيرة لا تكتفي بنقل الأخبار فحسب، بل تسعى إلى تحقيق أبعاد أعمق في رسالتها الإعلامية، منها السياسي، الإنساني، والوجداني، مستفيدة من إمكانيات منصة إنستغرام في إيصال الصورة والنص معًا إلى جمهور واسع ومتنوّع.

المبحث الثالث: عرض النتائج العامة للدراسة

من خلال النتائج التي توصلنا إليها أعلاه تبين أن:

- تعتمد قناة الجزيرة عبر حسابها على منصة إنستغرام بشكل كبير على **الفيديوهات القصيرة**، حيث بلغت نسبتها 75% من مجموع المنشورات المتعلقة بتغطية حدث *طوفان الأقصى* . ويعكس هذا التوجه اعتمادًا استراتيجيًا على **التوثيق الميداني السريع والبصري المكثف**، بما يتماشى مع خصوصية الحدث من جهة، ومع طبيعة المنصة الرقمية من جهة أخرى.
- إن تصدّر **الفيديوهات الطويلة بنسبة 50 %**من إجمالي المنشورات يؤكد أن قناة الجزيرة تعتمد بشكل أساسي على **المحتوى المطوّل والمعمّق** في تغطية طوفان الأقصى، مما يشير إلى توجهها نحو **السرد التفصيلي والتوثيق المباشر من الميدان**، بما يُتيح للمتلقي فهمًا أوسع وشهادات حيّة، بعيدًا عن الإيجاز السريع أو التغطية السطحية.

- اعتماد **اللغة العربية الفصحى بنسبة 50 %**يُبرز توجّه قناة الجزيرة نحو **الاحترافية الإعلامية والنقل الموضوعي** للأحداث، مع الالتزام بالمعايير الصحفية الرسمية في النصوص والمضامين، مما يعزز **المصداقية والوضوح** في تغطية طوفان الأقصى ويؤكد استهداف جمهور عربي واسع بفصاحة ودقة لغوية.
- اعتماد **الأسلوب الإخباري/الرسمي بنسبة 50 %**في منشورات قناة الجزيرة يعكس توجّهًا واضحًا نحو **التغطية المهنية والموضوعية**، من خلال نقل الوقائع بلغة محايدة وسريعة الاستيعاب، مما يُعزّز **مصداقية الرسالة الإعلامية** ويؤكد التزام القناة بخطاب إخباري موثوق ومتزن، خاصة في سياق النزاعات ذات الحساسية العالية كعدوان غزة.
- هيمنة الأسلوب الإخباري/الرسمي بنسبة 50 %في تغطية قناة الجزيرة لحدث طوفان الأقصى عبر منصة إنستغرام، تُشير إلى توجّه استراتيجي نحو المهنية والموضوعية، حيث يُركّز الخطاب على نقل الحقائق والمستجدات بلغة دقيقة وحيادية، ما يُعزّز موثوقية الرسالة الإعلامية، ويُسهّل وصولها إلى جمهور متنوّع محليًا ودوليًا.
- **غلبة فئة المحتوى الإنساني/العاطفي بنسبة 77.8 %**في تغطية قناة الجزيرة لحدث طوفان الأقصى على منصة إنستغرام تُبرز توجّهًا تحريريًا قويًا نحو **التأثير الوجداني والتحفيز العاطفي**، حيث يُعتمد على القصص الإنسانية والصور المؤثرة لإيصال المعاناة الفلسطينية بشكل مباشر ومؤثر إلى الجمهور، بما يُعزز من تفاعل المتابعين ويُكرّس التضامن الشعبي والإنساني.
- تركّز قناة الجزيرة على تعزيز قيمة الصمود والمقاومة في تغطيتها لعدوان طوفان الأقصى، حيث احتلت هذه القيمة المرتبة الأولى بنسبة 34.8%، مما يعكس توجّهًا تحريريًا واعيًا نحو تقديم صورة بطولية عن الشعب الفلسطيني تُبرز ثباته في وجه العدوان، وتجعل من المقاومة عنوانًا مركزيًا في الخطاب الإعلامي الميداني عبر منصة إنستغرام.
- تركّز تغطية قناة الجزيرة لعدوان "طوفان الأقصى" عبر منصة إنستغرام بشكل أساسي على موضوعي "الاعتداءات والانتهاكات" و"المجازر والقصف"، واللذين تصدّرا الجدول بنسبة

42.9% لكل منهما .يُبرز هذا التركيز الواضح توجّهًا تحريريًا نحو توثيق العنف الميداني وإبراز حجم الدمار الإنساني الناتج عن القصف الإسرائيلي، مما يعكس أولوية القناة في نقل الحدث الدموي لحظة بلحظة، وإعطاء صوت مباشر للضحايا، وهو ما يعزز التأثير العاطفي ويشد انتباه الجمهور نحو قسوة الواقع الميداني في قطاع غزة.

- هناك توازن واضح في الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة، حيث وُجّهت المنشورات بالتساوي إلى أربع فئات من الجمهور بنسبة 25% لكل منها، ما يدل على اعتماد القناة لاستراتيجية شمولية تستهدف التأثير في مختلف الدوائر المحلية، العربية، الحقوقية، والسياسية الدولية في آنٍ واحد.
- هناك تنوع متساوي في اتجاهات الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة عبر إنستغرام، حيث وُزعت الموضوعات بالتساوي بنسبة 20% على خمسة اتجاهات رئيسية، مما يعكس استراتيجية تحريرية متوازنة تدمج بين التوثيق الميداني، التأثير الإنساني، الخطاب الحقوقي، والدعم الضمني للقضية الفلسطينية، مع غياب أي توجه تعبوي مباشر.
- هناك تفوّق الأسلوب العاطفي بنسبة 50% كأبرز وسيلة إقناعية استخدمتها قناة الجزيرة في تغطيتها لطوفان الأقصى عبر منصة إنستغرام، ما يؤكد اعتمادها على التأثير الوجداني والبصري في إيصال رسالتها.
- وظّفت قناة الجزيرة الأهداف الاتصالية الستة بشكل متساوٍ بنسبة 16.7% لكل هدف، ما يعكس استراتيجية إعلامية متكاملة في تغطية مجازر "طوفان الأقصى"، تقوم على الجمع بين التوعية، فضح الاحتلال، تحفيز التضامن، حشد الدعم، نقل الواقع، وتعزيز الرواية الفلسطينية، بما يتماشى مع طبيعة المنصة الرقمية وسلوك جمهورها المتنوّع.

الخاتمة

الخاتمة:

تمحورت هذه الدراسة حول المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر تطبيق الإنستغرام دراسة تحليلية لحساب قناة الجزيرة خلال الفترة الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025، وسعت إلى تحليل طبيعة التغطية الرقمية التي قدمتها القناة على منصة الإنستغرام من حيث اللغة والأسلوب والمحتوى والقيم والاتجاهات الخطابية، إضافة إلى الأهداف الاتصالية والأساليب الإقناعية والجمهور المستهدف.

وقد خلصت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة تبنّت معالجة إعلامية رقمية مركبة ومتوازنة تقوم على التوثيق الميداني، والتأثير العاطفي، والتعبير الرمزي، مع التركيز على القيم النضالية والهوية الوطنية والدينية، في مقابل حضور ضعيف للخطاب التحليلي أو المقارن أو الدعوي المباشر كما أظهرت النتائج اعتماد القناة على أسلوب إخباري وإنساني بدرجة أولى، مدعوم بالأرقام والصور المؤثرة، وهو ما ساهم في بناء خطاب رقمي مؤثر، وجداني، وغير تعبوي بشكل صريح، يستثمر خصوصية الإنستغرام كمنصة مرئية وتفاعلية.

ومن هنا، تُظهر نتائج التحليل أن طبيعة المعالجة الإعلامية التي قدمتها قناة الجزيرة عبر إنستغرام خلال العدوان على غزة (طوفان الأقصى) اتسمت بالتركيز على نقل الواقع الحيّ، وتوثيق الجرائم، وإبراز الصمود الفلسطيني، عبر خطاب متعدد الاتجاهات يخاطب جمهورًا واسعًا من المحليين والعرب والحقوقيين، ويوازن بين التأثير الوجداني والتوثيق الموضوعي .وقد ساهمت هذه المعالجة في تشكيل خطاب إعلامي رقمي داعم للقضية الفلسطينية، يقوم على ترسيخ الرواية الفلسطينية ومواجهة التعتيم أو التضليل الإعلامي، بأسلوب يتماشى مع معايير النشر على المنصات الرقمية وسلوكيات المتلقي المعاصر.

وعليه، يمكن القول إن قناة الجزيرة استطاعت من خلال حسابها على إنستغرام أن تبلور منظورًا إعلاميًا رقميًا فاعلًا تجاه القضية الفلسطينية، يوائم بين الأداء المهني والبعد الإنساني، ويُسهم في توسيع دائرة التفاعل الجماهيري مع مأساة غزة ضمن سياق "طوفان الأقصى."

التوصيات:

بناءً على ما أظهره تحليل المعالجة الإعلامية لمعركة "طوفان الأقصى" عبر حسب قناة الجزيرة على الإنستغرام، برزت مجموعة من النقاط التي يمكن أن تُشكل منطلقًا لتحسين القناة من أداءها الإعلامي، وفي ضوء النتائج المستخلصة، يمكن اقتراح جملة من التوصيات التي قد تسهم في تطوير الممارسة الإعلامية وتعزيز فعاليتها:

- **يمكن التفكير في تعزيز البُعد الحقوقي والتحليلي** ضمن التغطيات الإعلامية، بحيث لايقتصر الطرح على البُعد التوثيقي أو العاطفي فحسب، بل يُدمج مع تحليل قانوني وسياسي يشرح السياقات الأعمق للعدوان، مما قد يُسهم في توسيع دائرة التأثير على صُنّاع القرار والمنابر الحقوقية الدولية.
- **من المفيد الانفتاح بشكل أوسع على الجمهور الغربي والدولي**، من خلال تخصيص محتوى إعلامي متقن باللغة الإنجليزية، يتضمن مفردات مفهومة لهذا الجمهور ويستثمر الرموز الثقافية المشتركة، مع استغلال إمكانات الخوارزميات في المنصات الرقمية للوصول إلى جمهور عالمي بشكل فعال.
- **قد يكون من المجدي تنويع الأساليب الإقناعية المعتمدة في الخطاب الإعلامي**، حيث يمكن دعم البُعد العاطفي السائد عبر تضمين قصص فردية، وسرديات إنسانية، بالإضافة إلى عقد مقارنات مع أزمات دولية مشابهة، بما يُعزز التفاعل العاطفي والعقلي في آنٍ واحد مع المتلقي.
- **يُستحسن رفع وتيرة التغطية للقضايا المستمرة والمُغيبة عن الواجهة**، مثل قضية الأسرى، أوضاع اللاجئين، القدس والمسجد الأقصى، عبر ربطها بالتغطيات الميدانية اللحظية،

وذلك بهدف تقديم خطاب إعلامي أكثر شمولية واستمرارية، يُراعي البُعد الرمزي والاستراتيجي للصراع.

المراجع

الكتب:

- أبو بكر خير ميلاد، مصطفى حميد الطائي، **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية**، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2007.
- أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،2010.
- عبد اليمين بوداود وآخرون، **المرشد في البحث العلمي لطلبة التربية البدنية والرياضية، (د، ط)**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2009.
- عمار بوحوش، وآخرون، **منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا 2019.
- محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، مصر،دار عالم الكتب،الطبعة1 ،السنة2010.
- مسعد محي محمد: **كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات**، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2000.
- يوسف تمار ، ***أصول تحليل المضمون وتقنياته***، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة1،السنة 2018.

المجلات والملتقيات:

أولا:المجلات

- المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، **عملية طوفان الأقصى :انهيار الاستراتيجية الإسرائيلية تجاه غزة**، قطر، 2023.
- West Asia Research Center طوفان الأقصى المباغتة الاستراتيجية،أكتوبر 2023.

- سوسن سكي، **طوفان الأقصى بعيون الجزيرة دراسة تحليلية لباقة من المضامين الإعلامية المنشورة على موقع الجزيرة الإخباري**، مجلة المعيار، **المجلد**،28 ، العدد 3، 2024.
- سويقات محمد عبد المنعم، بن شراد محمد أمين، **تغطية أحداث طوفان الأقصى في نشرات القنوات الإخبارية الغربية الموجهة للناطقين باللغة العربية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية**، المجلد: 08 ، العدد: 04 ، 2025.
- عدنان جلاب منيجل، عامر جواد كاظم، **اتجاهات تغطية الصحافة العراقية الرسمية لعملية طوفان الأقصى دراسة تحليلة لجريدة الصباح للمدة من 7_10_2023 ولغاية 7_11_2023**، مجلة كلية الإمام الكاظم،المجلد 08،العدد 3، 2024.
- فاطمة فايز ،**أطر تغطية أحداث طوفان الأقصى في المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية CNN بالعربية و BBC بالعربية نموذجا** ،المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام ،د،س.
- كهينة بركون، **الترويج السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور صانعي المحتوى Tourism promotion through social networking sites from the perspective of content creators** ، مجلة التشريع الإعلامي ، المجلد 02 ،العدد 02، 2024.
- كورسي محمد،**التغطية الإعلامية للحرب في غزة بين التصورات المحلية والقيود الدولية**، مجلة الحوار الثقافي،المجلد 14، العدد 01، 2025.
- كياس عبد الرشيد،**موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام بين الاستخدامات والاشباعات**،مجلة البحوث والدراسات الإنسانية،المجلد 17، العدد 02، 2024.
- ليليا شاوي،**مقاربة التلقي ودوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام، دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة جامعة الجزائر 3-** ،المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية،المجلد 10، العدد 01، 2022.

- محسن بالقسم،**المنهج الكيفي والكمي في الدراسات الاجتماعية:النظرية والممارسة**،مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية،العدد1، 2023.
- محمد بطاش، **طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري دراسة تحليلية لعينة من برنامج قناة الجزائر الدوليةAL24New** ،مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 03، 2024.
- نبيل محسن بدرالدين، **تداعيات عملية طوفان الأقصى على القضية الفلسطينية**،مجلة جامعة الملكة أروى العلمية، العدد 26، 2023.
- هالة يا حي،خالد بوشارب بولوداني، **استخدام وسائط التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية – الإنستغرام نموذجًا**، مجلة السرّاج في التربية وقضايا المجتمع، المجلد 06، العدد 02، 2022.
- هبة أحمد رزق سنيد، **معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجّهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة موقع "فيسبوك"، لأحداث "طوفان الأقصى" عام 2023**،المجلة المصرية لبحوث الاتصال، د، س.

ثانيا: الملتقيات

- ليلى علي جمعه التي جاءت بعنوان **المعالجة الإخبارية لعملية "طوفان الأقصى" في القنوات الفضائية الدولية الموجهة – دراسة تحليلية لقناة "روسيا اليوم "(RT) وقناة "الحرة" الأمريكية للفترة من 7 أكتوبر 2023 إلى 7 ديسمبر 2023**، وقائع مؤتمر الإعلام الدولي الثاني، مجلة لارك(Lark Journal) ، المجلد 17، العدد 2، الجزء 3، أبريل 2025.

الرسائل والمذكرات:

أطروحات دكتوراه:

- مصطفى مراح، **دور النشرات الرئيسية لقناة الجزيرة في الحراك الشعبي بسوريا سنة 2011 (تحليل مضمون)**، أطروحة دكتوراه،جامعة الجزائر 3، 2021.

رسائل الماجستير:

- سعاد عيساني، **أولويات الأساتذة الجامعيين الجزائريين على الفايسبوك "دراسة تحليلية للمنشورات الالكترونية"**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي–أم البواقي،2013–2014.

مذكرات الماستر:

- بن عبد الرحمن شيماء، **المعالجة الإعلامية لأحداث غزة 07 أكتوبر2023** ، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف – المسيلة،2024.

المراجع الأجنبية:

- David Tuller; **Couverture médiatique du conflit Israël–Gaza dans les pays d'opération de GTTO ,** l'Université de Californie à Berkley Media Diversity Institute,2024.
- Manel Redaoui**, Media treatment of the consequences of the Al–Aqsa Flood events viaAl Jazeera An analytical study of a sample of episodes of the Gaza programWhat Next?,** PSYCHOLOGY AND EDUCATION,2024.
- Sarah Marchand,**Instagram ou la dictature consentie Genre, sexualisation et marketing sur le réseau de l'image carrée**,Université Toulouse II Jean Jaurès, Département Art&Com,2016, P11.
- Inês Amaral, **The SAGE Encyclopedia of Economics and Society Instagram**, The SAGE Encyclopedia of Economics and Society,2015.

- Marcelo Andrés Torres Carmona, **INSTAGRAM Y SU USO COMO UNA HERRAMIENTA DE MARKETING DIGITAL EN CHILE**, UNIVERSIDAD DE CHILE ,FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS ,ESCUELA DE ECONOMÍAY ADMINISTRACIÓN,2017.
- Juliette Mark, Lindsey Rice , **Motivations for Instagram use: Personal validation and enhancing close relationships**, Online Journal of Communication and Media Technologies, 2023.
- Rahul Amin, **IMPACT OF INSTAGRAM ON COLLEGE STUDENT, DEPTT. OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION**, University for the partial fulfillment of the Bachelor Degree in JMC,2022.
- Marie-Eve Carignan, **La modification des pratiques journalistiques et du contenu des nouvelles télévisées du quotidien à la situation de crise : analyse France/Québe**, Thèse de l'obtention du grade de Philosophiæ Doctor, l'Université de Montréal, 2014.
- BerahliaNasreddin, NoureddineAbdenour, **Media Coverage of the 2023/2024 Israeli War on Gaza: The Cases of CNN, BBC, and Al Jazeera English, Master Dissertation (Civilization)**, Department of Letters and English Language in Partial, University of 8 Mai 1945-Guelma,2024.
- MOUFFOK Hasna,**The Role of Aqsa Flood Attacks (October 7th 2023) in the Religious Palestinian-Zionist Conflict,MASTER**

THESIS,Department of English Language and Literature,Mohamed Khider University of Biskra,2024.

المواقع الإلكترونية:

- TRT Global بالخطابات والفيديوهات.. كيف تفوقت المقاومة في توظيف الإعلام ضد الاحتلال؟، على الرابط https://trt.global/arabi/article/16308939، تاريخ الإطلاع:2025/06/18. عللا الساعة:02:00.
- الجزيرة، https://network.aljazeera.net/ar/about-us،تاريخ الإطلاع: 2025/06/18، على الساعة: 05:00.
- وردبريس.كوم، على الرابط:https://alreem11.wordpress.com/2014/05/26 ،تاريخ الإطلاع: 2025/06/17، على الساعة:06:00.
- وليد عبد الحي، **تحولات الرأي العام الدولي وطوفان الأقصى**، مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، ورقة علمية،على الموقع،https://www.alzaytouna.net/2023/12/04، تاريخ الإطلاع: 2025/06/18، على الساعة:04:00.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة يحي فارس المدية

قسم الإعلام والاتصال

تخصص: علاقات عامة

هذه الاستمارة نقدمها في إطار إنجاز مذكرة ماستر في تخصص علاقات عامة والموسومة بعنوان "**المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر تطبيق الإنستغرام – دراسة تحليلية لحساب قناة الجزيرة خلال الفترة الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025**–"مستعملين بذلك أداة تحليل المحتوى يضم فئات تخص فئة الشكل، وفئات تخص فئة المضمون.

لذلك نطلب من سيادتكم:

- ✓ التمعن في الاستمارة والاطلاع على دليلها.
- ✓ كتابة الملاحظات التي ترونها في المكان المخصص لها، أو في ورقة مستقلة.

شكرًا.

إعداد الطالبين:

- سعاد فخار
- عصام قبال

تحت إشـــراف الأستاذ:

- د. فزاني شاكر

الموسم الجامعي:2025/2024

من حيث الشكل:

1. فئة الوسائط المستخدمة:

- غرافيك
- فيديوهات قصيرة
- قصص(Stories)
- ريلز (Reels)
- بث مباشر

2. فئة المساحة الزمنية:

طويلة

متوسطة

صغيرة

3. فئة اللغة المستخدمة:

- اللغة العربية الفصحى
- اللهجة العامية
- الأجنبية
- المختلطة

4. فئة أسلوب اللغة:

- رسمي/إخباري
- شخصي/عاطفي
- نداء/تحريض

- توجيه الخطاب إلى جمهور محلي أم عالمي

5. فئة طبيعة المحتوى:

- توعوي/تثقيفي
- إنساني/عاطفي
- سياسي/تحليلي
- ساخر/ناقد

6. فئة الرموز البصرية:

- تصوير المعاناة (دمار، بكاء، شهداء...)
- إظهار الصمود (ابتسامة طفل، رفع العلم، صلاة...)

7. فئة الهاشتاغ:

- غزة
- الحرب على غزة
- طوفان الأقصى
- اوقفوا الإبادة
- اسرائيل إرهابية
- فكوا الحصار

8. فئة الألوان: نقصد بها الألوان الغالبة في المنشورات

- ألوان العلم الفلسطيني
- الأبيض
- الأسود
- الأحمر

من حيث المضمون:

9. فئة القيم

تعكس المبادئ والمفاهيم التي يروج لها المحتوى.

- الانتماء الوطني مثل رفع العلم، الحديث عن الهوية، الأرض، القدس
- الصمود والمقاومة مثل: الثبات، التحدي، عدم الاستسلام
- الحرية والعدالة مثل: رفض الاحتلال، المطالبة بالحقوق
- القيم الإنسانية مثل: التضامن، الكرامة، مناهضة العنف
- الدين والثقافة مثل: التمسك بالتراث، الرموز الدينية

10. فئة الموضوعات

تعكس القضايا أو المحاور التي يتناولها المحتوى.

- الاعتداءات والانتهاكات مثل: اقتحامات، اعتقالات، هدم المنازل
- القدس والمسجد الأقصى
- الأسرى في السجون
- اللاجئون والتهجير
- المجازر والقصف
- حياة الفلسطيني اليومية تحت الاحتلال
- التضامن الدولي مثل: دعم من مشاهير أو شعوب أخرى
- المقاومة الشعبية أو السلمية

11. فئة الشخصيات الفاعلة

تشير إلى من يظهر أو يُذكر في المحتوى كمشارك أو كرمز.

- المؤثرون الفلسطنيون
- الاحتلال الإسرائيلي/الجنود/السياسيون الإسرائيليون
- المدنيون الفلسطينيون ضحايا، عائلات، أطفال، مسعفون
- الشهداء أو الأسرى
- داعمون دوليون صحفيون، فنانون، مؤثرون عالميون
- جهات إعلامية أو مؤسسات حقوقية
- **شخصيات قيادية في حركة حماس أبو عبيدة / محمد السنوار**

12. فئة الجمهور المستهدف

تعكس لمن يُوجّه الخطاب في المنشورات.

- الجمهور المحلي الفلسطيني رسائل تحفيزية، توعوية، توثيقية
- الجمهور العربي العام
- الجمهور العالمي/الغربي خاصة عند استخدام اللغة الإنجليزية
- الجهات الحقوقية أو الإعلام الدولي
- صناع القرار أو الحكومات الدولية

13. فئة اتجاه الموضوع (الموقف التعبيري)

تعكس الاتجاه أو الموقف الذي يتبناه المؤثر في المنشور.

- إدانة وفضح الاحتلال
- دعم الشعب الفلسطيني
- دعوة للتضامن والمناصرة

- إبراز الانتهاكات والظلم
- إظهار الجانب الإنساني والمعاناة
- نقل الواقع دون تعليق مباشر (اتجاه وصفي)

14. فئة الأساليب الإقناعية

تركز على أساليب الإقناع في الخطاب.

- الاستشهاد بالأرقام/الإحصائيات
- استخدام القصص الإنسانية
- اللجوء للمقارنات (بين فلسطين ودول أخرى)
- التوجيه العاطفي (صور مؤثرة، لغة وجدانية)
- اللغة الحجاجية أو الخطابية المباشرة

15. فئة الأهداف

تعكس الغايات الاتصالية أو الرسائل التي تسعى القناة إلى تحقيقها

- نشر الوعي بالقضية الفلسطينية
- فضح ممارسات الاحتلال أمام الرأي العام العالمي
- تحفيز التضامن العربي والدولي
- حشد الدعم السياسي أو الإنساني
- نقل الواقع من الميدان بلغة شعبية/مؤثرة
- تعزيز الرواية الفلسطينية ومواجهة التضليل الإعلامي
- إعطاء صوت للفلسطينيين المهمّشين في الإعلام

دليل التعريفات الإجرائية:

في سياق الدراسة الموسومة بـ: **المعالجة الإعلامية لطوفان الأقصى عبر تطبيق الإنستغرام – دراسة تحليلية لحساب قناة الجزيرة خلال الفترة الممتدة من 15 أفريل إلى 15 ماي 2025–** "، نقدّم فيما يلي تعريفًا لكل فئة من فئات تحليل المضمون، مع توضيح المؤشرات الفرعية التابعة لها، وذلك من حيث **الشكل والمضمون:**

من حيث الشكل:

1. **فئة الوسائط المستخدمة:** تشير هذه الفئة إلى نوع الشكل البصري أو السمعي الذي يُقدَّم من خلاله المحتوى الإعلامي على منصة الإنستغرام. ونظرًا لطبيعة المنصة القائمة على التفاعل البصري، تعتبر هذه الوسائط أدوات أساسية في تشكيل التأثير العاطفي والمعرفي لدى الجمهور.

- **صور ثابتة** :منشورات بصيغة صورة واحدة أو مجموعة صور.
- **فيديوهات قصيرة** :مقاطع مصورة لا تتجاوز دقيقة إلى دقيقتين.
- **قصص** :**(Stories)** محتوى مؤقت يظهر في الشريط العلوي ويستمر 24 ساعة.
- **ريلز** :**(Reels)** فيديوهات قصيرة بصيغة عمودية، غالبًا ما تتضمن مؤثرات بصرية.
- **بث مباشر** :محتوى يتم تقديمه مباشرة للمستخدمين عبر خاصية.Live

2. **فئة المساحة الزمنية:** تقيس هذه الفئة مدى الطول الزمني للمحتوى المنشور، خصوصًا في الفيديوهات والريلز، إذ يمكن أن يؤثر طول المقطع على مدى استيعاب الرسالة وانتشارها.

- **طويلة** تتجاوز دقيقة ونصف.

- **متوسطة** :بين 30 ثانية ودقيقة ونصف.
- **صغيرة** :أقل من 30 ثانية.

3. **فئة اللغة المستخدمة:** تشير إلى نوع اللغة التي يُصاغ بها النص المصاحب للمحتوى أو يُستخدم في الفيديوهات، ما يعكس طبيعة الجمهور المستهدف والاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة.

- **اللغة العربية الفصحى**
- **اللهجة العامية** غالبًا لهجة مقدسية أو فلسطينية
- **اللغة الأجنبية** خصوصًا الإنجليزية
- **اللغة المختلطة** مزج بين الفصحى والإنجليزية مثلاً

4. **فئة أسلوب اللغة:** تشير إلى الطابع العام للغة المستخدمة في المنشور، وتكشف عن النبرة الخطابية والمستوى العاطفي أو العقلاني الموجه للجمهور.

- **رسمي/إخباري** :لغة محايدة أو تقارير صحفية.
- **شخصي/عاطفي** :تعبيرات وجدانية وتفاعل شخصي.
- **نداء/تحريض** :دعوات للتضامن، أو المقاومة، أو الاستنهاض.
- **توجيه الخطاب** :نحو جمهور محلي، عربي، أو عالمي.

5. **فئة طبيعة المحتوى:** تصف هذه الفئة الهدف النوعي للمحتوى من حيث الغرض الاتصالي له، وتكشف عن طبيعته (عاطفية، تحليلية، سياسية...).

- **توعوي/تثقيفي**
- **إنساني/عاطفي**
- **سياسي/تحليلي**
- **ساخر/ناقد**

6. **فئة الرموز البصرية:** تركز هذه الفئة على العناصر المرئية التي تُستخدم لإيصال المعنى أو إثارة مشاعر معينة لدى المتابعين. الرموز البصرية تُعد من أهم أدوات التأثير في الإنستغرام.

- **تصوير المعاناة** :كصور الشهداء، الدمار، الجرحى.
- **إظهار الصمود** :رفع العلم، صلاة جماعية، ابتسامات الأطفال رغم الدمار.

7. **فئة الهاشتاغ:** تشير إلى الكلمات المفتاحية التي يتم استخدامها في وصف المنشور أو تعليقه بهدف توسيع الانتشار وتعزيز الربط بين المنشورات ذات الصلة.

- **#غزة**
- **#الحرب_على_غزة**
- **#طوفان_الأقصى**

8. **فئة الألوان:** تشير إلى الألوان الغالبة في الصور أو الفيديوهات، والتي تُستخدم إما للدلالة الرمزية أو لإثارة مشاعر معينة، خاصة في السياق الوطني أو الإنساني.

- **ألوان العلم الفلسطيني (أحمر، أخضر، أبيض، أسود)**
- **الأبيض** :يُستخدم للتعبير عن السلام، الطهارة.
- **الأسود** :للدلالة على الحزن، الحداد، القصف.

- **الأحمر** :للدلالة على الدم أو الاستشهاد.

من حيث المضمون:

9. **فئة القيم:** تُشير فئة القيم إلى المبادئ والمُثل التي يُروّج لها المحتوى الإعلامي عبر منشورات إنستغرام، وتعكس الأبعاد الأخلاقية والثقافية والسياسية التي تسعى قناة الجزيرة إلى تعزيزها أثناء تغطية طوفان الأقصى.

- **الانتماء الوطني** :يتمثل في إبراز رموز الهوية الوطنية كالعلم الفلسطيني، الحديث عن الأرض، الهوية، والانتماء للقدس.
- **الصمود والمقاومة** :يشير إلى التغطيات التي تظهر ثبات الفلسطينيين ومقاومتهم رغم العدوان، كالتحدي في ظل الدمار.
- **الحرية والعدالة** :يُعبر عن الدعوات لإنهاء الاحتلال ورفض الظلم، والتأكيد على الحقوق الأساسية للشعب الفلسطيني.
- **القيم الإنسانية** :يُقصد بها إبراز مشاهد ومعاني التضامن، الكرامة، والمناصرة، مثل دعم المدنيين ومناهضة العنف.
- **الدين والثقافة** :يتجلى في التمسك بالرموز الدينية مثل الأقصى، أو العادات والثقافة الفلسطينية في مواجهة الاستهداف.

10. **فئة الموضوعات:** تعكس الموضوعات المحاور أو القضايا الأساسية التي تطرقت إليها منشورات الجزيرة على إنستغرام خلال التغطية، وهي تمثل مضمون الرسائل الإعلامية المرتبطة بالأحداث.

- **الاعتداءات والانتهاكات** :تغطية عمليات القصف، الاقتحامات، الاعتقالات، أو الاعتداء على المدنيين.
- **القدس والمسجد الأقصى** :المنشورات التي تركّز على الانتهاكات في القدس أو استهداف المسجد الأقصى.
- **الأسرى في السجون** :الحديث عن معاناة المعتقلين الفلسطينيين أو ظروف سجنهم.
- **اللاجئون والتهجير** :تسليط الضوء على نكبة التهجير القسري أو معاناة اللاجئين في الداخل والخارج.
- **المجازر والقصف** :إبراز نتائج الاستهداف العسكري مثل سقوط الشهداء أو تدمير البيوت.
- **حياة الفلسطيني اليومية تحت الاحتلال** :إظهار الواقع المعاش في ظل الحصار والقمع.
- **التضامن الدولي** :التفاعل العالمي، دعم مشاهير أو شعوب للقضية الفلسطينية.
- **المقاومة الشعبية أو السلمية** :الإشارة إلى أساليب المقاومة غير المسلحة مثل المسيرات أو الحملات الشعبية.

11. **فئة الشخصيات الفاعلة:** تُشير إلى الأشخاص أو الجهات التي تظهر أو يتم ذكرها في المحتوى كأطراف فاعلة أو رمزية في الحدث الإعلامي.

- **الناشط نفسه** :مثل ظهور إعلاميين أو نشطاء مؤثرين عبر الإنستغرام كمصدر مباشر للمعلومة.
- **الاحتلال الإسرائيلي** :ظهور جنود، قادة سياسيين إسرائيليين أو صور لعمليات الاحتلال.
- **المدنيون الفلسطينيون** :ضحايا العدوان، النساء، الأطفال، العائلات، الأطباء، والمسعفون.
- **الشهداء أو الأسرى** :ذكر أسماء الشهداء أو صورهم، أو معلومات عن الأسرى في السجون.
- **داعمون دوليون** :شخصيات عالمية مثل صحفيين، فنّانين، مؤثرين يدعمون القضية.

- **جهات إعلامية أو حقوقية** :إشارات إلى منظمات أو وسائل إعلام توثق الأحداث أو تدين الانتهاكات.

12. **فئة الجمهور المستهدف** تشير إلى الفئة التي يُوجّه إليها الخطاب الإعلامي عبر منشورات إنستغرام، سواء كانت فئة محلية، عربية أو عالمية، ويُستدل عليها من اللغة والمضمون والسياق.

- **الجمهور المحلي الفلسطيني** :المنشورات التي تخاطب سكان فلسطين بشكل مباشر، غالبًا بلغة توعوية أو تحفيزية.
- **الجمهور العربي العام** :محتوى يستخدم اللغة العربية ويمسّ وجدان المتابعين في العالم العربي.
- **الجمهور العالمي/الغربي** :عندما يتم استخدام اللغة الإنجليزية أو الإشارات لخطاب موجه للرأي العام الدولي.
- **الجهات الحقوقية أو الإعلام الدولي** :منشورات تستهدف المنظمات الدولية أو وسائل الإعلام لتوثيق الانتهاكات.
- **صناع القرار أو الحكومات الدولية** :محتوى ذو طابع رسالي/سياسي يحث على التدخل أو الإدانة.

13. **فئة اتجاه الموضوع** تُشير إلى الموقف أو التوجه الذي تعكسه منشورات قناة الجزيرة على إنستغرام في تغطيتها لطوفان الأقصى، سواء كان هذا الموقف مباشراً أو ضمنياً، ويُستدل عليه من لغة الخطاب والصور والنصوص المستخدمة.

- **إدانة وفضح الاحتلال** :يظهر من خلال العبارات أو المشاهد التي تبرز الجرائم والانتهاكات بشكل واضح بهدف الشجب والإدانة.

- **دعم الشعب الفلسطيني** :تجلّى في إظهار النضال الفلسطيني والمقاومة بوصفها مشروعة، والتعبير عن الوقوف إلى جانب الشعب.
- **دعوة للتضامن والمناصرة** :المحتوى الذي يحث على التفاعل أو التبرع أو المشاركة في الحملات التضامنية.
- **إبراز الانتهاكات والظلم** :يتم من خلال عرض حقائق أو مشاهد توضح معاناة الفلسطينيين بهدف إيقاظ الضمير الإنساني.
- **إظهار الجانب الإنساني والمعاناة** :تركيز على القصص الشخصية، الأطفال، العائلات، المعاناة اليومية تحت الحصار والقصف.
- **نقل الواقع دون تعليق مباشر (اتجاه وصفي)** :منشورات تنقل الحدث بالصوت والصورة دون إبداء رأي، وتترك التفاعل للجمهور.

14. **فئة الأساليب الإقناعية** : تركز على الطرق أو الوسائل التي تُستخدم داخل المنشورات لإقناع المتلقي بوجهة نظر معينة أو لإثارة تفاعل عاطفي وفكري مع المحتوى.

- **الاستشهاد بالأرقام/الإحصائيات** :استخدام بيانات رسمية أو أرقام توثق عدد الضحايا، الدمار، عدد الغارات وغيرها.
- **استخدام القصص الإنسانية** :رواية معاناة فردية أو عائلية بصيغة مؤثرة تُظهر الجانب الإنساني للحدث.
- **اللجوء للمقارنات** :وضع مقارنة بين ما يحدث في فلسطين وأحداث مشابهة عالمياً لإبراز التناقضات أو المعايير المزدوجة.
- **التوجيه العاطفي** :الاعتماد على صور مؤثرة أو لغة وجدانية قوية لتحفيز التعاطف أو الحزن أو الغضب.

- **اللغة الحجاجية أو الخطابية المباشرة** :خطاب مباشر فيه حجج ومنطق واضح أو نداء موجه للجمهور يدعوه لموقف معين.

15. **فئة الأهداف:** تعكس الأهداف الاتصالية التي تسعى قناة الجزيرة لتحقيقها من خلال تغطيتها لطوفان الأقصى عبر الإنستغرام، وتتمثل في الرسائل الضمنية أو الصريحة التي تريد إيصالها للجمهور.

- **نشر الوعي بالقضية الفلسطينية** :تقديم معلومات، توثيق الأحداث، شرح السياق التاريخي والسياسي للصراع.
- **فضح ممارسات الاحتلال أمام الرأي العام العالمي** :عرض مشاهد توثق الانتهاكات بطريقة تُحدث صدى إعلامياً دولياً.
- **تحفيز التضامن العربي والدولي** :نشر تفاعلات وتضامن من شعوب أو فنانين أو مؤثرين لتشجيع الجمهور على اتخاذ موقف مماثل.
- **حشد الدعم السياسي أو الإنساني** :دعوات واضحة للضغط على الحكومات أو التبرع للمؤسسات الإنسانية أو الوقوف مع غزة.
- **نقل الواقع من الميدان بلغة شعبية/مؤثرة** :استخدام لغة قريبة من الناس وصور حية من موقع الحدث لتوصيل الرسالة بفعالية.
- **تعزيز الرواية الفلسطينية ومواجهة التضليل الإعلامي** :توثيق الوقائع بطريقة تناقض الرواية الإسرائيلية، وكشف التلاعب الإعلامي.
- **إعطاء صوت للفلسطينيين المهمّشين في الإعلام** :نقل أصوات الناس العاديين، ضحايا القصف، أو شهود العيان الذين غالباً لا يتم تمثيلهم في الإعلام التقليدي.