



وكالة بيت مال القدس الشريف ودبلوماسية إعادة التأطير الرقمي للقدس (2023-2025)

قراءة سوسيو-إعلامية

ثائر عصام نصار

طالب دكتوراه وباحث في الإعلام والاتصال

كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، عين الشق، جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء

المغرب

الملخص:

تتقضى هذه الورقة الدور المتنامي الذي اضطلعت به وكالة بيت مال القدس الشريف، الذراع التنفيذية للجنة القدس المنبثقة عن منظمة التعاون الإسلامي، خلال الفترة الممتدة بين يناير 2023 وديجنبر 2025، بوصفها فاعلاً مؤسسياً عابراً للحدود يعمل في حقلَي الدبلوماسية العامة الرقمية والتأطير الإعلامي المضاد للسردية الإسرائيلية حول القدس. تنطلق الورقة من فرضية مركزية مفادها أن الوكالة لم تُعد مجرد جهازٍ إغاثيٍّ تنمويٍّ، بل تحوّلت إلى منظومة إنتاج رمزيٍّ تُعيد بها هندسة الصورة النمطية للمدينة المقدسة عبر منصاتٍ رقميةٍ، وحاضناتٍ مقاولاتٍ، وتطبيقاتٍ موجّهة للأطفال، وبرامج ثقافيةٍ تتمركز حول مركز «بيت المغرب» في البلدة القديمة. تستند الدراسة إلى البلاغات الرسمية للوكالة وتقاريرها للأعوام 2024 و2025 (1)(2)، ووثائق منظمة التعاون الإسلامي، وقرارات الجمعية العامة للأمم المتحدة بما فيها الرأي الاستشاري لمحكمة العدل الدولية الصادر في 19 يوليو 2024 (3)، إلى جانب جهازٍ نظريٍّ يستلهم نظرية التأطير لدى إنتمان (4) وغوفمان (5)، وتحليل الخطاب النقدي عند فان دايك (6)(7) وفوكو (8)(9)، والسيمياء عند بارت (10)، ونقد الاستشراق عند سعيد (11)، فضلاً عن المنجز التراكمي لـ مانور وكريللي وبيولا وهولمز في حقل الدبلوماسية الرقمية (12)(13)(14). تكشف نتائج التحليل عن جملة آليات تأطيرية تعتمدها الوكالة، أبرزها: استدعاء العمق التاريخي للحضور المغربي بالقدس، وتوظيف السيمياء البصرية للزيتون والمفتاح، والتعاليق مع المركزية الفلسطينية في الوجدان العربي، وأدزّمة الصمود اليومي للمقدسيين. كما تُخلّص الورقة إلى أن مفعول هذه الآليات يصطدم بحدود هيكلية ترتبط بأحادية التمويل المغربي فقط.

**Abstract:**

This paper examines the growing role played by the Bayt Mal Al-Quds Al-Sharif Agency, the executive arm of the Al-Quds Committee of the Organisation of Islamic Cooperation, between January 2023 and December 2025, as a cross-border institutional actor operating in the fields of digital public diplomacy and media framing countering the Israeli narrative on Jerusalem. The paper is based on the central premise that the Agency is no longer merely a relief and development organisation, but has transformed into a system of symbolic production through which it re-engineers the stereotypical image of the Holy City via digital platforms, business incubators, children's apps, and cultural programmes centred around the 'Beit al-Maghrib' centre in the Old City. The study draws on the Agency's official communiqués and reports for the years 2024 and 2025 (1) (2), documents from the Organisation of Islamic Cooperation, and resolutions of the United Nations General Assembly, including the advisory opinion of the International Court of Justice issued on 19 July 2024 (3), alongside a theoretical framework drawing on the framing theory of Entman (4) and Goffman (5), critical discourse analysis by Van Dijk (6)(7) and Foucault (8)(9), the semiotics of Barthes (10), and Said's critique of Orientalism (11), as well as the cumulative work of Mannor, Crell, Piola and Holmes in the field of digital diplomacy (12)(13)(14). The results of the analysis reveal a set of framing mechanisms employed by the agency, most notably: invoking the historical depth of the Moroccan presence in Jerusalem; utilising the visual semiotics of the olive and the key; engaging with the centrality of Palestine in the Arab consciousness; and dramatising the daily resilience of the people of Jerusalem. The paper also concludes that the effectiveness of these mechanisms is constrained by structural limitations linked to the unilateral nature of Moroccan funding.



مقدمة

ليست الصورة النمطية، في النقاش السوسيولوجي والإعلامي المعاصر، مجرد اختزال ذهني يُسهّل على الإنسان التعامل مع تعقيد العالم، بل هي بناءً سلطويّ مزدوجٌ يُنتج من جهةٍ في حقل المعرفة، ويُعاد إنتاجه من جهةٍ أخرى في حقل التداول الإعلامي. هذه المعادلة، التي اشتغل عليها منذ والتر ليبمان في كتابه «الرأي العام» الصادر عام 1922 (15)، إلى إدوارد سعيد في كتابه «الاستشراق» الصادر عام 1978 (11)، تُصبح بالغة الأهمية حين تتعلّق بمدينة مثل القدس؛ مدينةٌ تُحتزل تارةً في صراعٍ ديني-قومي ثنائي الأبعاد، وتُحتزل تارةً أخرى في «نقطة ساخنة» في خريطة الإعلام الدولي، وتُنزع منها بصفة متكررة عمقها الحضاري المتعدّد ومركزيتها في وجدان أكثر من ملياري مسلمٍ حول العالم. هذا الانتزاع ليس بريئاً؛ فهو، كما يُبّهنا فوكو في «نظام الخطاب» (8)، مسبوكٌ ضمن منظومةٍ من الإقصاء والتسوير تجعل من «مَن يحقّ له الكلام عن القدس؟» سؤالاً سياسياً قبل أن يكون سؤالاً معرفياً.

في هذا الفضاء المحتدم، تتحرّك وكالة بيت مال القدس الشريف بوصفها فاعلاً غير اعتيادي. فهي ليست وزارة خارجية، ولا منظمةً دوليةً بالمعنى الصارم، ولا منظمةً غير حكوميةً مستقلةً. إنها كيانٌ مؤسسيٌّ هجينٌ يستمدّ شرعيته من مبادرةٍ تقدّم بها الملك الحسن الثاني خلال الدورة 15 للجنة القدس المنعقدة بإفران (يناير 1995)، وأقرتها الدورة 23 لمؤتمر وزراء الخارجية بكوناكري (ديسمبر 1995)، وانطلقت الوكالة رسمياً في 30 يوليو 1998 بمقرّها بالرباط، إثر تعيين الراحل الملك الحسن الثاني للسيد وجيه حسن قاسم مديراً عاماً أول لها، عملت الوكالة في الظلّ نسبياً، تمّول مشاريع ترميم، وتقدّم منحاً دراسيةً، وتدعم المؤسسات الصحية والتعليمية في المدينة المحتلة (16). غير أن الفترة الممتدة بين 2023 و 2025 شهدت تحولاً نوعياً في طبيعة عمل الوكالة، يستحقّ القراءة النقدية المستفيضة (1)(2).

الإغلاقات الخائقة على القدس وضواحيها التي أهدكت اقتصاد البلدة القديمة وحياة المقدسين اليومية بعد السابع من أكتوبر 2023. وتسارع وتيرة سياسات «التهويد» التي وثقتها دراساتٌ أكاديمية كثيرة (17)(18). والتي بلغت ذروتها في الرأي الاستشاري لمحكمة العدل الدولية الصادر في 19 يوليو 2024 الذي قضى بعدم مشروعية الوجود الإسرائيلي في الأراضي الفلسطينية المحتلة بما فيها القدس الشرقية (3). و التحوّلات البنيوية في حقل الدبلوماسية ذاتها، والتي رصدتها المنجز الأكاديمي المتراكم منذ ويستكوت (19) إلى مانور (12) وبيولا ومانور (20)، والقائمة على انتقال ثقل الفعل الدبلوماسي من الكواليس إلى الفضاء العام الرقمي. هذه العوامل كانت أبرز سمات فترة الدراسة 2023-2025 والتي ساهمت باستجابة نوعية وطارئة لعمل الوكالة في ظروف صعبة لكنها كانت الأبرز في توسع خدماتها وخطابها وانتشارها. في هذه التضاريس، نطرح إشكاليتنا المركزية على النحو الآتي: كيف وظّفت وكالة بيت مال القدس الشريف، خلال الفترة 2023-2025، آليات التأطير الإعلامي والدبلوماسية الرقمية لإعادة تشكيل الصورة النمطية حول القدس والمقدسين، وما حدودُ مفعول هذا التوظيف؟ ويتفرّع عن هذه الإشكالية جملةٌ من الأسئلة الفرعية: ما المرجعيات النظرية التي تُمكن من قراءة هذا التأطير؟ ما الآليات التأطيرية التي تنفّذها الوكالة على منصاتها الرقمية ومن خلال مشاريعها الميدانية؟ ما السيميائيات البصرية التي تتوسّلها لإعادة شحن المخيال البصري للمدينة؟ ما العلاقة بين خطابها وخطاب السلطة المغربية وخطاب الفضاء الإسلامي الأوسع؟ وما حدود الفعالية في ظلّ التفاوت الهائل بين رأسمالها المالي ورأس مالها الرمزي؟

تنطلق هذه الورقة من فرضية مفادها أن الوكالة تتبنّى، بصورة واعية، استراتيجية تأطير مركّبة تستثمر العمق التاريخي للحضور المغربي بالقدس وتكرّس مرجعيةً سيميائيةً مغربية-فلسطينيةً مشتركةً (الزليج، الزيتون، المفتاح، الأقصى)، وتعتمد تقنيات الإبراز التي رصدها فان دايك في الخطاب. (7)

أما من حيث المنهج، فقد اعتمدنا مقارنةً وصفيةً-تحليليةً تقوم على ثلاثة أعمدة منهجية: أولها، منهج دراسة الحالة، الذي يسمح، كما يُندكر تيليس (21)، بـ«الفحص العميق لظاهرةٍ معاصرةٍ في سياقها الواقعي»؛ وثانيها، تحليل المضمون الكيفي للبلاغات الرسمية للوكالة المنشورة على موقعها الإلكتروني (bmaq.org) ومنشوراتها على فيسبوك وإكس ويوتيوب؛ وثالثها، تحليل الخطاب النقدي وفق نموذج فان دايك



(6)(7) للكشف عن البنى الإيديولوجية الكامنة في الخطاب المؤسسي. أما عيّنة الدراسة فقصدية، تتألف من البلاغات والمشاريع والفعاليات الواردة في تقريرَي الوكالة لعامي 2024 و2025 (1)(2)، إلى جانب عيّنة موسّعة من المنشورات الرقمية خلال الفترة المدروسة.

تنقسم هذه الورقة إلى قسمين رئيسيين: قسم نظري يَبني المقاربة المفاهيمية المتشابكة بين التأطير الإخباري والصورة النمطية ونظريات السلطة والخطاب والدبلوماسية الرقمية والقوة الناعمة؛ وقسم تطبيقي يُحلّل آليات التأطير لدى الوكالة عبر ثمانية محاور: السياق المؤسسي، الإبراز التاريخي، السيميائية البصرية، التعالق مع المركزية الفلسطينية، أدّرمَة الصمود، التنشئة الجيلية الرقمية، الحاضنة الرقمية، ومرصد البيانات. ثم تُختتم الورقة بقراءة نقدية في حدود الفعالية، وفتح للأبواب أمام مداخل بحثية مستقبلية.

القسم الأول: الإطار النظري

أولاً: من «الصور التي في رؤوسنا» إلى «الاستشراق الكامن»

حين نشر والتر ليبمان كتابه «الرأي العام» سنة 1922، كان ينحت في الواقع مفهوماً سيتحوّل إلى ركنٍ من أركان الفكر الاتصالي الحديث. لم يكن مفهوم «الصورة النمطية» في تصوّر ليبمان (15) ابتكاراً لغوياً اعتباطياً، بل استعارةً مدروسة مأخوذة من عالم الطباعة، حيث كانت الصفائح المعدنية المنحوتة تُستخدم لطباعة الحروف بالطريقة ذاتها مرّةً بعد مرّة. أراد ليبمان أن يقول إن العقل البشري، حين يواجه تعقيد العالم وتنوّعه اللامتناهي، يلجأ إلى نوعٍ من «الصبّ المعرفي» الذي يَطْبَع مجموعاتٍ كاملة من البشر بصورةٍ موحّدة، بصرف النظر عن تنوّع الأفراد المشكّلين لها. والأخطر أن هذه «الصور التي في رؤوسنا» تتدخل بين الإنسان والواقع، وتعمل كقلاطر تنتقي ما يستحقّ الانتباه وما يستحقّ التجاهل.

في تطويرٍ لاحق، أتى إدوارد سعيد ليُكمل هذا الخيط في كتابه «الاستشراق» الصادر سنة 1978 (11)، مُقدّماً ما يُمكن تسميته «الاستشراق الكامن» باعتباره خزّاناً غير واعٍ من التمثيلات حول الشرق والمسلمين والعرب، خزّاناً يُغذّي الإنتاج المعرفي والسياسي والإعلامي الغربي من غير أن يُصرّح بذاته. ما يُضيفه سعيد إلى ليبمان هو البُعد السلطوي: الصورة النمطية ليست خطأً معرفياً يُمكن تصحيحه بالمعلومة الصحيحة، بل هي بناءٌ خطائي يُعيد إنتاج علاقات القوة بين الذات الغربية والآخر الشرقي، ويُسوِّغ في النهاية أشكالاً معيّنة من الهيمنة. ولعلّ هذا ما تلمّسه القارئة الفطنة حين تتأمّل التغطية الإعلامية الدولية للقدس: مدينةٌ مُختزلةٌ في «صراعٍ ديني»، أو في «بؤرةٍ توتر»، أو في موقعٍ يُعرّف فقط بثنائية «اليهودي/المسلم»، تختفي منها الحياة اليومية للمقدسيين وحضورهم البشري الكامل.

وقد طوّرت ستيفارت هول هذا الإطار ضمن مقاربةٍ ثقافيةٍ أعمق في كتابه «التمثيل: التمثيلات الثقافية والممارسات الدلالية» (22)، أدّرج فيها الصورة النمطية ضمن نظامٍ أوسع للتمثيل يربط بين اللغة والمعنى والثقافة. الصورة النمطية، عند هول، تمتلك ثلاث وظائف متضافرة: الاختزال، أي تقليص الفرد أو الجماعة إلى بضع سماتٍ معدودة؛ والتجوهر، أي تقديم هذه السمات وكأنها جوهرٌ ثابت لا يتغيّر؛ والتثبيت، أي إفراغ الصورة من القابلية للمراجعة عبر الزمن. هذه الوظائف الثلاث، حين تُطبّق على القدس، تُنتج صورةً مُجمّدةً لمدينةٍ تتعالى على التاريخ، يُغيب فيها التنوّع الديني والإثني الذي ميّزها لقرون، وتُردُّ إلى لحظةٍ هوياتيةٍ حصرية.

ثانياً: نظرية التأطير الإخباري — من غوفمان إلى إنتمان

إذا كانت الصورة النمطية تُمثّل المنتج النهائي، فإن التأطير الإخباري هو الآلية الإجرائية التي تُصنعها وتُعيد إنتاجها يومياً. أسّس إيرفينغ غوفمان لهذا الحقل في كتابه «تحليل الإطار» الصادر سنة 1974 (5)، حيث قدّم الإطار باعتباره «بنيةً معرفيةً» تُنظّم تجربتنا للواقع الاجتماعي، وتُملّي علينا ما يستحقّ الانتباه وما يستحقّ التجاهل. غير أن العبور من السوسيولوجيا إلى علوم الإعلام احتاج صياغةً أكثر إجرائيةً، قدّمها روبرت إنتمان في مقاله المرجعي «التأطير: نحو توضيح نموذجٍ مكسور» سنة 1993 (4). وقد عرّف إنتمان التأطير بأنه «اختيار بعض جوانب من واقعٍ مُدرك وجعلها أكثر بروزاً في نصٍّ اتصاليٍّ بطريقةٍ تُروّج لتعريفٍ معيّنٍ للمشكلة، وتفسيرٍ سببيٍّ، وتقييمٍ أخلاقيٍّ، و/أو توصيةٍ علاجيةٍ».



هذا التعريف، رغم اقتضابه، يُوفّر شبكة تحليلية رباعية قابلة للاشتغال على أي خطاب إعلامي مؤطر. فحين نُحلّل خطاب وكالة بيت مال القدس، يصبح بالإمكان أن نسأل: كيف تُعرّف الوكالة المشكلة (هل القدس مدينة تحت الاحتلال؟ مدينة مهددة بالتهويد؟ مدينة بحاجة إلى التنمية؟) وما التفسير السببي الذي تُقدّمه (الاحتلال؟ التواطؤ الدولي؟ ضعف الدعم العربي؟) وما التقييم الأخلاقي الضمني (واجب المسلمين؟ مسؤولية الإنسانية جمعاء؟ التزام «إمارة المؤمنين»؟) وما العلاج الموصى به (الترميم؟ الدعم الإغاثي؟ التنشئة الجيلية؟)؟

وقد طوّر ديتمار شوبفل (23) هذا الإطار في تنظير أكثر شمولاً للتأطير بوصفه «نظرية لتأثيرات الإعلام»، فميّز بين «الإطارات الإعلامية» التي تُبنى داخل النصّ، و«الإطارات الفردية» التي يحملها الجمهور المتلقّي. واقترح نموذجاً دائرياً تتفاعل فيه إطارات الصحفيين مع إطارات النخب السياسية ومع الإطارات الفردية للجمهور، في حلقة متجدّدة من إنتاج المعنى. وفي السياق الأوروبي، اقترح هانس سيميتكو وباي فالكنبورغ (24) خمسة إطارات نمطية متكرّرة في التغطية السياسية: إطار الصراع، إطار الأهمية البشرية، إطار العواقب الاقتصادية، إطار الأخلاق، وإطار المسؤولية. هذه الإطارات الخمسة قابلة للاسترشاد بها عند تحليل خطاب وكالة بيت مال القدس، ولكن من المثير للاهتمام أن الوكالة تستند بشكلٍ غالبٍ إلى إطار «الأهمية البشرية» وإطار «الأخلاق» (الواجب الديني)، فيما تتجنّب نسبياً إطار «الصراع» المباشر تجنّباً ربما يعكس وعياً دبلوماسياً محدوداً ما يُمكن قوله من موقعها المؤسسي.

أما كلوس دي فريسي (25)، فقد اقترح تمييزاً مهماً بين «الإطارات الموقعية» المرتبطة بقضية معيّنة، و«الإطارات العامة» القابلة للتطبيق على قضايا متنوعة. هذا التمييز يُثير سؤالاً نظرياً مُلحاً في حالة وكالة بيت مال القدس: هل خطابها يُنشئ إطاراً «موقعياً» خاصاً بالقدس، أم يُعيد توظيف إطارات «عامة» مستعارة من الخطاب الإسلامي العام أو الخطاب الإنساني الدولي؟ سنرى في القسم التحليلي أن الجواب مختلط، وأن الوكالة تتحرّك في منطقة هجينة بين الإطارين.

ثالثاً: الخطاب والسلطة

لا يُمكن عند الاشتغال على خطاب مؤسسي، تجاهل تراث ميشيل فوكو، في «نظام الخطاب» (8) و«المراقبة والمعاقبة» (9)، يُقدّم فكرة مفصلية مفادها أن السلطة لا تتعالى على الخطاب من فوقه، ولا تسبقه زمنياً، بل تتجسّد فيه ومن خلاله. الخطاب، عند فوكو، ليس مجرد ناقلٍ محايدٍ للأفكار، بل هو ميدانٌ لإنتاج المعرفة وممارستها بوصفها سلطة. ولعلّ تنبيهه إلى أن «كل خطاب نقوم به، حتى لو كان يصدر من موقع خارج السلطة، تكون السلطة كامنة فيه» (8).

وقد طوّر توين فان دايك هذا التراث ضمن ما عُرف بـ«تحليل الخطاب النقدي» (Critical Discourse Analysis)، وعُرف السلطة في كتابه «الخطاب والسلطة» (7) بأنها «التحكّم بأفعال الآخرين وتصرفاتهم، وحين تكون هذه الأفعال تواصلية، فإننا نتعامل مع السيطرة على خطاب الآخرين». والمحوريّ في طرح فان دايك (6) أن السلطة «تصنع المعرفة»: فهي تتحكّم بالموارد المعرفية المتاحة للجمهور (الإعلام، التعليم، السرديات الرسمية)، وبالتالي تتحكّم بـ«النماذج الذهنية» التي يبني بها الجمهور تصوّره عن العالم. هذه الفكرة بالغة الأهمية لفهم الرهان الذي تخوضه وكالة بيت مال القدس: إننا لا نحاول فقط نقل المساعدات، بل تتنازع على إنتاج «النماذج الذهنية» للقدس في الوعي العربي والإسلامي.

رابعاً: السيمياء البصرية — بارت ومنطق التضمين

لا يكتمل تحليل الخطاب الإعلامي في عصرنا الرقمي دون إدماج البعد البصري. ولعلّ رولان بارت يُمثّل المرجع النظري الأكثر إنتاجيةً في هذا الباب، خصوصاً عبر مفهومه للدلالات المزدوجة في «أسطوريات» (28) ومجموعة مقالاته في «الصورة-الموسيقى-النص» (10). يُقدّم بارت تمييزاً جوهرياً بين المستوى الأول للدلالة، وهو التضمين المباشر أي ما تُحيل إليه الصورة بالمعنى الحرفي (شجرة الزيتون = نبات مثمر)، والمستوى الثاني للدلالة، وهو التضمين الثقافي أي ما تحمله الصورة من مدلولات ثقافية وسياسية في سياق بعينه (شجرة الزيتون = الجذر الفلسطيني، الصمود، السلام). هذا التمييز يصبح أداة تحليلية ثمينّة حين نتأمل الإنتاج البصري لوكالة بيت مال القدس، الذي يُكتفّ فيه دلاليّ مفتاح العودة وغصن الزيتون، في إعادة توظيف ذكيٍّ لأيقونات ذات شحنة سياسية بالغة.



ولا يقتصر الإسهام السيميائي على بارت؛ فقد طوّر أمبرتو إيكو (29) نظريةً عامّةً للسيميائ تُعالج العلامات البصرية ضمن منظومةٍ أوسع للتواصل، ميّز فيها بين «الشفيرات الأساسية» و«الشفيرات الفائقة» التي تحمل دلالاتٍ تراكميةً مكثّفة. اللون الأخضر مثلاً، حين يظهر في خطاب الوكالة، ليس مجرد لونٍ، بل شيفرةٌ فائقةٌ تحمل تراكمًا من المدلولات الإسلامية والفلسطينية والمغربية معاً. وهذا التحميل المضاعف هو ما يجعل الصورة الواحدة قادرةً على القيام بعمل عدّة جُمْل خطائية في الوقت ذاته.

خامساً: الدبلوماسية الرقمية — من ويستكوت إلى مانور

يَنتمي هذا الحقل النظري إلى الإسهامات الأحدث نسبياً في علوم العلاقات الدولية والإعلام، إذ بدأ التنظير المنهجي له مع نيكولاس ويستكوت (19) في ورقته الفاصلة عن «أثر الإنترنت في العلاقات الدولية». أدرك ويستكوت مبكراً أن انتقال المعلومات إلى الصيغة الرقمية لا يُغيّر فقط أدوات الدبلوماسية، بل يُغيّر موقعه إلى فاعلٍ علنيٍّ يُخاطب جمهوراً أوسع من نظرائه الرسميين.

وقد أخذ هذا الحيط إلى منتهاه إيلان مانور في كتابه المرجعي «رقمنة الدبلوماسية العامة» (12)، حيث جادل بأن الرقمنة ليست مجرد وسيلة، بل فلسفة ممارسةٍ جديدةٍ تفرض على وزارات الخارجية والمؤسسات الدبلوماسية إعادة التفكير في الزمن (فالرقمي يطلب الفورية)، وفي الجمهور (لم يعد جمهوراً موحدًا بل جمهوراتٍ متعدّدة)، وفي الرسالة (لم تعد بياناً رسمياً بل تجربةً متعدّدة الوسائط). وفي عملٍ مشتركٍ بالغ الأهمية، حلّل مانور وكريلي (13) الإطار البصري الذي وظّفته وزارة الخارجية الإسرائيلية على تويتر خلال حرب غزة 2014، وكشّفاً عن استراتيجية «التأطير البصري» التي استثمرت في أيقونات ترتبط بالألم البشري والأمن الذاتي. وما يجعل هذا التحليل ذا أهميةٍ بالغةٍ بالنسبة لموضوعنا أن وكالة بيت مال القدس تتحرّك في الفضاء البصري ذاته، ولكن من الجهة المضادّة، مُحاولَةً إعادة التأطير من زاوية المقدسي.

وقد جمع كورنيليو بيولا وماركوس هولمز (14) إسهاماتٍ متعدّدة في كتابهما «الدبلوماسية الرقمية: النظرية والممارسة»، حيث طُرحت أسئلةٌ مفصليّةٌ حول حدود الفعالية الدبلوماسية الرقمية: هل تنجح في الوصول إلى جماهيرٍ خارج الدائرة المتعاطفة أصلاً؟ هل يُمكن قياس أثرها بدقة؟ هل تستبدل الدبلوماسية التقليدية أم تُكمّلها؟ هذه الأسئلة ستُلازمنا عند تقييم تجربة وكالة بيت مال القدس. وقد جاء كتاب «دليل أكسفورد للدبلوماسية الرقمية» (20) ليُحدّث هذا النقاش بإدماج التحوّلات التي طرأت بعد جائحة كوفيد-19 وصعود منصاتٍ جديدةٍ كتيك توك وتلغرام، ومنح هذا الحقل مكانةً معرفيّةً مستقرّةً.

وفي السياق العربي-المغاربي، رصدت دراسةٌ أكاديميةٌ حديثةٌ لـ ووست ونيكولاي (30) كيف تستثمر المملكة المغربية في الدبلوماسية الثقافية ضمن إعادة تشكيلٍ أوسعٍ للقوة الناعمة بالمعنى الذي صكّه جوزيف ناي (31)(32) — أي القدرة على التأثير في الآخرين عبر الجاذبية لا الإكراه. وما تُسجّله هذه الدراسة من أن المغرب يستثمر في الإسلام «الأشعري المألقي» وفي العلاقات الإفريقية وفي اللغة الفرنسية بوصفها رأسمالاتٍ رمزيّة، يُمكن توسيعه إلى موضوعنا: فالقدس هي أحد هذه الرأسمالات الرمزية، والوكالة المعنية بها أداةٌ مؤسسيةٌ لتفعيل هذا الرأسمال.

القسم الثاني: الإطار التحليلي — آليات التأطير في خطاب وكالة بيت مال القدس

أولاً: السياق المؤسسي — الوكالة بين «إمارة المؤمنين» ولجنة القدس

قبل الخوض في الآليات التأطيرية، لا بدّ من تثبيت السياق المؤسسي الذي تتحرّك فيه الوكالة، فهو مدخلٌ ضروريٌّ لفهم كثيرٍ من اختياراتها الخطائية. تُعرّف الوكالة نفسها على موقعها الرسمي بوصفها الذراع التنفيذية للجنة القدس، التي يترأسها عاهل المملكة المغربية بمقتضى قرار المؤتمر السادس لوزراء خارجية منظمة المؤتمر الإسلامي المنعقد بمجدة في يوليو 1975، الذي أسّس لجنة القدس وأسند رئاستها إلى الراحل الملك الحسن الثاني، قبل أن تنتقل الرئاسة في 1999 إلى الملك محمد السادس (16). وتمّ إقرار مشروعها الفعلي في الدورة الـ 15 للجنة القدس بالقرن (المغرب) عام 1995، فيما بدأ التشغيل الفعلي في دجنبر 1998. هذا الموقع المؤسسي الفريد — أي كونها مؤسسة



تابعة لمنظمة دولية إسلامية ولكنها تعمل بقيادة مغربية — يمنحها هويةً خطابيةً مزدوجة: فهي «إسلامية» في خطابها العام، و«مغربية» في تفاصيلها التشغيلية والرمزية.

ومن المثير للملاحظة أن المملكة المغربية تتكفل ميدانياً بالنصيب الأوفر من تمويل الوكالة، وفقاً للأرقام المعلنة في تقرير 2024 (1)، حيث بلغت مساهمة المغرب 7 ملايين دولار (5 ملايين من الدولة، مليون من المؤسسات، 700 ألف من الأفراد) في حين بقي إسهام بقية الدول الأعضاء في لجنة القدس متواضعاً. هذا التفاوت يؤسس لإشكاليةً بنويةً تُحدّ من «إسلامية» الوكالة بالمعنى الجمعي، وتُثقل المغرب بمسؤوليةٍ كان يُفترض أن تتقاسمها سبع عشرة دولةً عضواً. ويستحضر الدكتور محمد سالم الشرقاوي، المدير المكلف بتسيير الوكالة هذه الإشكالية بانتظام في تصريحاته العامة (2).

غير أن التحول الأكثر دلالةً في الفترة المدروسة هو الانتقال الذي شهدته الوكالة من «العمل الصامت» إلى «العمل المؤطر إعلامياً». فحتى عام 2022، كانت الوكالة تعمل غالباً بصيغة «الكيان المؤسسي المؤقت» الذي يتقدّم مشاريع ميدانيةً دون استثمار كبير في الفضاء العام الرقمي. أمّا منذ مطلع 2023، ويتزامن مع توقيع اتفاقية مع وكالة التنمية الرقمية المغربية في يناير 2023، انخرطت الوكالة في توجّه استراتيجيٍّ جديدٍ توجّهه بإطلاق «الاستراتيجية الرقمية 2024-2027» في الدار البيضاء تحت شعار «التنمية الرقمية في خدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في القدس». هذا التوجّه أعاد تشكيل ذاتها المؤسسية إلى ما يُمكن تسميته «وكالة ذات نفسٍ تواصلٍ مزدوج»: ذراعٌ تنفيذيٌّ ميداني، وذراعٌ تأطيريٌّ رمزيٌّ.

ثانياً: الإبراز التاريخي — دبلوماسية «الحضور المغربي الممتد لثمانمائة سنة»

المقاربة الأولى التي تستثمر فيها الوكالة بصورةً مكثّفةً هي ما يُمكن تسميته «الإبراز التاريخي». فمن خلال تتبعنا للبلانات والمنشورات الرقمية في الفترة المدروسة، يُظهر بوضوح أن الوكالة تستحضر باستمرارٍ مرجعيةً الحضور المغربي بالقدس الممتد منذ ما يزيد على ثمانمائة سنة، وذلك عبر استدعاء «الحارة المغاربة» التي يعود إنشاؤها إلى مرحلة ما بعد فتح صلاح الدين الأيوبي لبيت المقدس عام 1187م، إذ يُجمع المؤرخون — ومنهم مجير الدين الحنبلي في «الأنس الجليل بتاريخ القدس والخليل» — على أن وقفها الرسمي أنشأه ابنه الملك الأفضل نور الدين علي عام 589هـ/1193م لفائدة المغاربة الوافدين من شمال إفريقيا، وظلّت قائمةً حتى هدمتها قوات الاحتلال الإسرائيلية بعد حرب يونيو 1967. هذا الاستحضار الذكي تاريخياً؛ هو فعلٌ تأطيريٌّ بامتياز، ينقل القدس من إطار «الصراع الراهن» إلى إطار «الذاكرة الحضارية المشتركة».

ولفهم البُعد السلطوي لهذا الاختيار، يكفي أن نُقارنه بخطاباتٍ بديلةٍ كان يُمكن للوكالة تبنيها: كان بإمكانها التركيز على البُعد الديني الإسلامي العام (القدس بوصفها أولى القبلتين)، أو البُعد القانوني الدولي (القدس بوصفها أرضاً محتلةً وفق القرارات الأممية)، أو البُعد الإنساني (القدس بوصفها مدينةً يُعاني سكّانها). غير أن خياراتها التأطيرية بالإضافة لهذه الأبعاد المهمة التي توليها الوكالة حضوراً ظاهراً، تتمحور حول البُعد التاريخي-الحضاري المغربي، وهو بُعدٌ يمنحها شرعيةً فريدةً. فلا يستطيع أيُّ فاعلٍ آخر أن يقول «الحارة المغاربة»؛ هذا الامتياز السردى خاصٌّ بالمغرب وحده، وعليه تُبنى الوكالة جزءاً من رأسمالها الرمزي.

تتجسّد هذه الاستراتيجية بصورةً كثيفةً في مشروع «بيت المغرب»، المركز الثقافي المغربي في قلب البلدة القديمة، الواقع في تقاطع شارع الآلام وطريق باب الغوانمة. يُقدّم الموقع الرسمي للوكالة هذا المركز باعتباره «أول مركزٍ ثقافيٍّ مغربيٍّ في القدس وأكبر مركزٍ ثقافيٍّ عربيٍّ في فلسطين»، وقد أُنجز ترميمه على مراحل، آخرها المرحلة الثانية التي انطلقت عام 2023 (16). هذا المركز يتّوب لغوياً عن المغرب في القدس، ويعمل سيميائياً كعلامةٍ مكثّفةٍ تستحضر الزليج والقُنب الخضر والخطّ المغربي والعمارة المرينية، فيعيد هندسة الفضاء البصري للبلدة القديمة بطبقةٍ مغربيةٍ يصعب تجاهلها.

وقد تزامن مع المرحلة الثانية لترميم بيت المغرب افتتاح «مركز بيت المقدس للبحث والدراسات» في 24 يونيو 2024 بمقرّ الوكالة بالرباط، بحضور وزير شؤون القدس في الحكومة الفلسطينية الدكتور أشرف الأعور ضمن وفدٍ فلسطينيٍّ رفيع، إلى جانب وزير الشباب



والثقافة والتواصل المغربي السيد محمد مهدي بنسعيد من الجانب المغربي، وسفير دولة فلسطين بالرباط جمال الشوبكي، وعدد من الشخصيات المغربية والفلسطينية البارزة. وعلى هامش الافتتاح، وقّعت الوكالة جملةً من اتفاقيات الشراكة في إطار اتفاقية-إطار متعددة الأطراف، شملت كلاً من: وزارة الشباب والثقافة والتواصل المغربية، وجامعة محمد الخامس بالرباط، وجامعة الأزهر بغزة، وجامعة القدس وجامعة الأزهر بالمغرب، ودائرة الدراسات والأبحاث التابعة لمحافظة القدس، وجمعية المركز الثقافي المغربي. وكانت اتفاقية جامعة القدس هي اللبنة الأولى لإنشاء «كرسي الدراسات المغربية» الذي أطلق رسمياً يوم الأحد 2 مارس 2025 بحرم جامعة القدس - أبو ديس، ودُشن مقرّه الرسمي بكلية الهندسة بجامعة القدس - أبو ديس في 24 ديسمبر 2025، قبل أن يعلن في 30 ديسمبر 2025 عن نتائج النداء البحثي الأول حول «الوجود المغربي في القدس: تجليات معمارية وثقافية»، الذي تأهل له 23 باحثاً (16 من فلسطين و7 من المغرب). هذه السلسلة من المبادرات الأكاديمية والثقافية والمعمارية تتضافر في منطقتي تأطيرٍ متماسكٍ: تحويل القدس من «مدينة بعيدة نتلقى عنها أخباراً مأساوية» إلى «امتداد حضاريّ للوطن المغربي يمكن للمغاربة أن يُعرفوا أنفسهم من خلاله».

ثالثاً: السيميائية البصرية — حين يصبح المفتاح خطاباً

إذا انتقلنا من البُعد النصّي إلى البُعد البصري، نجد أن الوكالة طوّرت في الفترة المدروسة منظومةً سيميائيةً متكاملةً تنطوي على مدلولاتٍ غنية. لعلّ أبرز هذه العلامات البصرية ما يظهر في تطبيقات «هيا» للأطفال وسلسلة الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد «مفاتيح القدس الخمسة»، التي قدّم عرضها ما قبل الأول في 15 دجنبر 2024 ضمن المعرض الدولي لكتاب الطفل والشباب بالدار البيضاء، ثم أعيد إطلاقها رسمياً في المكتبة الوطنية للمملكة المغربية بالرباط (16).

إن تأمل الشعارين المركزيين للمشروع — «حبة الزيتون» و«مفتاح العودة» — وفق نموذج بارت (10)، يكشف عن ذكاءٍ سيميائيٍّ نادر. فعلى المستوى الأول للدلالة، حبة الزيتون مجرد ثمر نباتي. لكن على المستوى الثاني، تتراكم في هذه الثمرة دلالات الجذر الفلسطيني (شجرة الزيتون التي يقتلها المستوطنون رمزاً راسخاً في الخطاب الفلسطيني)، والصمود (شجرة الزيتون قادرة على الحياة لقرون)، والسلام (غصن الزيتون رمز السلام في الميثولوجيا الإنسانية)، والبركة (الذكر القرآني للتين والزيتون). أما المفتاح، فعلى المستوى الأول مفتاح معدنيّ. لكن على المستوى الثاني هو أيقونة النكبة بامتياز، إذ احتفظت أجيالاً من الفلسطينيين بمفاتيح بيوتهم التي هُجّروا منها عام 1948 وما بعده، وأورثوها لأبنائهم وأحفادهم بوصفها وعداً بالعودة.

ومن الذكاء التأطيري اللافت أن الوكالة تختار هاتين الأيقونتين تحديداً، وهما أيقونتان تجتمع حولهما الإجماعات الفلسطينية والعربية والإسلامية والإنسانية، وتُتيحان للوكالة أن تتحدّث «بصرياً» بصيغة «نحن» تشمل أكبر دائرة ممكنة من المتلقين دون أن تلتزم بصراحة سياسية قد تُخرج موقعها الدبلوماسي.

ويُضاف إلى ذلك التوظيف اللوني المدروس. فاللون الأخضر، الذي يهيمن على الإنتاج البصري للوكالة، يحمل تكثيفاً لما يُسميه إيكو «الشفيرات الفائقة» (29): فهو الأخضر الإسلامي (لون رايات تاريخية)، والأخضر الفلسطيني (إحدى ألوان العلم)، والأخضر المغربي (في الزليج والشعارات الرسمية كالنجمة الخماسية الخضراء على العلم)، والأخضر النباتي (الزيتون). هذه التراكُمات الدلالية التي يستثمرها لون واحد تجعل من اختيار اللون نفسه فعلاً تأطيرياً يستحق القراءة.

ومن جهةٍ مقابلة، فإن منشورات الوكالة على فيسبوك (التي تجمّع 289,013 معجباً وفق ما هو مُعلن على موقعها) وعلى إكس (BaytMalAlQuds) ويوتيوب (@agencebmaq) ولينكدإن وإنستغرام، تتحرّك ضمن منطقتي بصريّ متماسكٍ يتكرّر فيه: التصوير من زاوية منخفضة لقبة الصخرة (تعزيزاً لشموخها وعُلُوها)، والإطار العائلي للمساعدات (طفلٌ يحمل كيساً، أمٌ تستلم سلّة)، والوجه الذي ينظر مباشرةً إلى الكاميرا (يستدعي تعاطف المتلقي). هذه ليست خياراتٍ تقنيةً اعتباطيةً، بل خياراتٍ تأطيريةً بصريةً تتقاطع تماماً مع ما رصده مانور وكربلي (13) في تحليلهما لاستراتيجية وزارة الخارجية الإسرائيلية على تويتر، ولكن من الزاوية المقابلة.



رابعاً: التعامل مع المركزية الفلسطينية — تأطير القدس بوصفها قضية عربية

آلية تأطيرية ثلاثية تتجلى في بنية الخطاب الإعلامي للوكالة، وهي ما يمكن تسميته «التعامل» مع المركزية الفلسطينية في الوجدان العربي والإسلامي. الوكالة تعمل بتأثير ومهارة على ربط نشاطها بكل المحطات الكبرى للقضية الفلسطينية، فلا تدع مناسبة وطنية أو دينية مرتبطة بالقدس وفلسطين تمر دون تأطيرها ضمن منشوراتها. ففي شهر رمضان من كل عام، تستثمر الوكالة فيما تسميه «الحملة الرمضانية»: في رمضان 2024، وزعت 2,000 سلّة غذائية لفائدة 2,000 أسرة مقدسية، وقُدِّمت 1,000 وجبة إفطار يومية، وفقاً لبلاغ وزارة الخارجية المغربية الصادر بتاريخ 12 مارس 2024 (1). وفي رمضان 2025، رُصدت ميزانية بمليون دولار شملت في خطتها الأولى توزيع 2,000 سلّة غذائية بـ 22 صنفاً، وإعداد نحو 30,000 وجبة إفطار ساخنة في مجموعها طوال الشهر الفضيل بواقع نحو 1,000 وجبة يومية، عبر التكايا والمراكز الاجتماعية، إلى جانب توزيعها قبيل الإفطار على مرتادي المسجد الأقصى المبارك، وقد بلغ التنفيذ الفعلي عند نهاية الحملة استهداف ما يُناهز 5,000 أسرة مستفيدة بين القدس ومخيمات الضفة، فضلاً عن توزيع كسوة العيد على 500 يتيم.

هذا التعامل لا يتخذ صيغة المنشور المباشر فحسب، بل يتجسّد في القوافل الإنسانية الكبرى التي أطلقتها الوكالة بعد السابع من أكتوبر 2023. ففي مارس 2024، وبأمر ملكي مباشر، أرسلت 40 طناً من المواد الغذائية الأساسية عبر معبر كرم أبو سالم البري، وكانت أول إدخال بري مغربي للمساعدات عبر هذا المسار البري الجديد منذ بدء الحرب على غزة، تكفل العاهل المغربي شخصياً بجزء من تمويلها، خاصة المواد الموجهة للرضع والأطفال. ثم تلتها في 24 يونيو 2024 شحنة من 40 طناً من المواد الطبية (معدات علاج الحروق، الجراحة الطارئة، جراحة العظام، أدوية الأطفال). هذه القوافل، حين تغطّي إعلامياً، تحقّق وظيفتين تأطيريتين متزامنتين: تخدم غزّة مادياً، وتخدم القدس سردياً، إذ تضع المغرب في موقع الفاعل الذي «لا يكتفي بالكلام، بل يفعل». هذه المعادلة بالغة الأهمية في حقل مكتظّ بالشعارات وقليل الأفعال.

ومما يستدعي التحليل النقدي هنا أن الوكالة اختارت بوعي ألا تفصل بين القدس وغزّة في خطابها، بل ربطتهما ربطاً عضوياً يُمكّنها من مخاطبة الجمهور الفلسطيني والعربي بـ «صوت واحد». في تقريرها لعام 2025، خصّصت الوكالة 1.5 مليون دولار لقطاع غزة من أصل 8 ملايين دولار هي مجموع الميزانية، أي ما يُعادل 19% (2). هذا التخصيص، يتطوّر على معنى تأطيري بالغ الأهمية: غزة ليست خارج اختصاص الوكالة، بل داخل دائرة اهتمامها الموسّعة. وهذا ما يُسمّيه فان دايك (7) «إعادة بناء الخريطة الذهنية» لدى الجمهور.

خامساً: أدزّمة الصمود اليومي — التأطير الإنساني للحياة المقدسية

نستعير من مفهوم «الأدزّمة» في علم الاتصال للإشارة إلى ظاهرة ملاحظة في خطاب الوكالة، ألا وهي تحويل التفاصيل اليومية للحياة المقدسية إلى عناصر درامية ذات شحنة عاطفية. الطفل المقدسي في طريقه إلى المدرسة عبر الحواجز، الجذّة التي تزرع الزعر في حديقته الصغيرة، الحربي الذي يتحت قطعة خشبية في ورشته العتيقة، الإمام الذي يؤمّ صلاة التراويح في الأقصى — هؤلاء كلّهم يصبحون أبطالاً درامياً في الخطاب البصري للوكالة. هذه الأدزّمة ليست تليقاً، فهؤلاء أناس حقيقيون يعيشون تجارب صعبة فعلاً، ولكن اختيار الوكالة لتقديمهم بهذه الصيغة هو فعل تأطيري بامتياز.

تحقّق هذه الأدزّمة عدّة أهداف تأطيرية متضافرة. أولاً، تخدم وظيفة «الأهمية البشرية» التي رصدها سيميتكو وفالكنبورغ (24)، فتزج الطابع التجريدي عن القضية وتعيد إليها وجهها الإنساني. ثانياً، تقاوم بصرياً صورة المقدسي «الإرهابي» التي تُكرّسها بعض الوسائل الإعلامية الغربية، عبر تقديم صورة بديلة للمقدسي بوصفه إنساناً عادياً يحلم ويعمل ويؤمّ أطفاله. ثالثاً، تُؤسّس لتعاطف عابر للهوية، يُمكن لجمهور غير مسلم وغير عربي أن يتخاطب فيه. ورابعاً، تُجسّد ميدانياً ما تفعله الوكالة، فتتقل خطابها من مستوى الشعار إلى مستوى الفعل المجسّد.

ومما يُغني هذا التحليل، اطلاعنا على بعض المشاريع التي يُمكن أن نعدّها «نماذج للأدزّمة الإيجابية». ففي عيد الأضحى (وفق وثيقة الوكالة المؤرّعة على الدورة 51 لمجلس وزراء خارجية منظمة التعاون الإسلامي بإسطنبول 21-22 يونيو 2025)، وزّعت الوكالة شحنات مساعدات على 850 عائلة في القدس وغزّة، وبأشرت ترتيبات لإنتاج أطراف صناعية لـ 23 طفلاً مبتور الأطراف ضمن برنامج



يستهدف 300 حالة من أصل 800 طفلٍ مسجّلين على قوائم وزارة الصحة الفلسطينية، إلى جانب برنامج تكفّل 500 يتيمٍ فقّدوا والديهم خلال الحرب على غزة، يشمل منحةً شهريةً ومنحةً عند كل دخولٍ مدرسي. هذه الأرقام، حين تتحوّل إلى منشوراتٍ بصريةٍ تُظهر طفلاً يتفّ على طرفه الصناعي الجديد، أو يتيماً يحمل حقيبةً مدرسيةً، تنتقل من خانة «الإحصاء» إلى خانة «الحكاية»، ومن خانة «المساعدة» إلى خانة «إعادة الكرامة».

سادساً: التنشئة الجيلية الرقمية — كيف يقتنع الطفل المغربي بأن القدس مدينته؟

أعتقد أن أكثر آليات التأطير التي طوّرتها الوكالة طموحاً، وأطولها مدى من حيث الأثر، هي ما يتعلّق بالتنشئة الجيلية. فالوكالة لا تكتفي بمخاطبة الجيل الراشد عبر منشوراتها على فيسبوك وإكس، بل تستثمر بصورةٍ مكثّفةٍ في صناعة الوعي الجيلي للأطفال والياغين. هذا التوجّه يتّسجم مع ما يُسميه فاركلو (27) «الممارسة الاجتماعية» للخطاب، أي أن الخطاب لا يكتفي بأن يعكس الواقع، بل يَنخرط في تشكيله من خلال إنتاج ذواتٍ جديدةٍ.

تتجسّد هذه الاستراتيجية في حزمةٍ متكاملةٍ من المبادرات. أبرزها سلسلة الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد «مفاتيح القدس الخمسة» المؤلفة من 10 حلقات، تُروي مغامرة خمسة أطفالٍ من جنسياتٍ وأديانٍ مختلفةٍ يزورون القدس برفقة حفيد المجاهد المغربي الحاج موسى الرضا، عبر بوابةٍ سحريةٍ لا تُفتح إلا بخمسة مفاتيحٍ وغصن زيتون. الاختيار السردّي هنا بالغ الذكاء: فالأطفال الخمسة من خلفيّاتٍ مختلفةٍ (تمكين البُعد الإنساني الكوني)، والشخصية المرافقة هي «حفيد مجاهدٍ مغربي» (تثبيت البُعد الحضاري المغربي)، والمدخل إلى المدينة «بوابةٌ سحريةٌ تُفتح بخمسة مفاتيحٍ وغصن زيتون» (توظيف السيمياء التي شَرَحناها آنفاً).

تُكمل هذا المشروع تطبيقات «هيا» للهواتف الذكية، التي تدمج بين الترفيه التعليمي وتقنية الواقع المعزّز، عبر مُلصقاتٍ تحمل رموز QR تُتيح للطفل أن يُحرّك معالم القدس الافتراضية أمامه. ووصف الشقراوي هذه المبادرة في تصريحٍ رسميٍّ بأنها «تجسيدٌ حيٌّ لاستثمارٍ واعيٍّ في أدوات العصر لتنشئة جيلٍ يفهم ويُحلّل، ويرتبط وجدانياً وقيماً بمدينة القدس». تكشف بوضوح عن وعي الوكالة بأنها تُخوض «حرب تنشئة» وليس مجرد حملة دعمٍ إنساني.

ولا تقتصر التنشئة الجيلية على هذه الأدوات الرقمية، بل تتشعّب إلى مبادراتٍ تربويةٍ تفاعليةٍ. ففي عام 2025، نُظّمت الدورة السادسة من مسابقة «ألوان القدس» بدعمٍ من وزارة التربية الوطنية والتعليم الأولي والرياضة، والدورة الخامسة من «محاكاة القمة الدولية للطفولة من أجل القدس» بالتعاون مع أكاديمية المملكة المغربية. هذه المبادرات تُحوّل المدارس المغربية ذاتها إلى فضاءاتٍ لتداول قضية القدس، فتَنخرط الأسرة والمدرسة والإعلام في عمليةٍ منسّقةٍ لإعادة التنشئة الرمزية.

غير أن قراءةً نقديةً لهذه الاستراتيجية تستوجب التساؤل: هل تنجح فعلاً في الوصول إلى وعي الطفل المغربي؟ وما تأثيرها على الطفل المقدسي ذاته؟ وهل تتحوّل إلى وعيٍ مُستدامٍ أم تبقى لحظةً تربويةً عابرة؟ هذه أسئلةٌ لا تملك هذه الورقة جوابها التجريبي، لكنّها تُلفت الانتباه إلى أنّ تقييم فعالية التأطير الجيلي يستلزم أبحاثاً تأثيريةً تتجاوز نطاق هذه الدراسة. ومع ذلك، تبقى المقاربة في حدّ ذاتها لافتةً، إذ تُمثّل مدى وعيٍ ناضجٍ بأن المعركة الرمزية على القدس لا تُخاض في ساعات الأخبار فقط، بل في عُرف نوم الأطفال وبين دَفَيّ القَصَص المصوّر.

سابعاً: الحاضنة الرقمية والمقاولات الناشئة — تأطير الاقتصاد المقدسي

إلى جانب التأطير الرمزي، طوّرت الوكالة في الفترة المدروسة بُعداً اقتصادياً تأطيرياً يتجلى في «حاضنة المقاولات الناشئة الموجهة لشباب القدس في مجالات التجديد والابتكار» (BMAQ Innovation Hub). هذه الحاضنة ليست مجرد مشروعٍ تنمويٍّ، بل فعلٌ تأطيريٌّ ينقل الخطاب عن المقدسي من إطار «الضحية المحتاجة» إلى إطار «المبتكر القادر». وفي النصف الأول من 2025، نُفذت المرحلة الثالثة من البرنامج بميزانيةٍ تُناهز 410 آلاف دولار بتمويلٍ من وزارة الانتقال الرقمي وإصلاح الإدارة المغربية. وقد وصلت بعض الشركات الناشئة الفلسطينية المنبثقة عن الحاضنة إلى المشاركة في معرض «جيتكس إفريقيا» في نسخته الثالثة (14-16 أبريل 2025) بمدينة مراكش (2).



وقد رافقت هذا الجهد إطلاق منصة «دلالة» (DLALA Marketstore) للتجارة الإلكترونية في مارس 2023 خلال منتدى الاستثمار المشترك بين موريتانيا ومنظمة التعاون الإسلامي بنواكشوط. هذه المنصة تستهدف الترويج الرقمي للمنتجات الحرفية الفلسطينية المقدسية، فتفتح للمنتج المقدسي سوقاً عابراً للحدود، ولا تكفي بدعمه بالمساعدة المباشرة. هذا التوجه ينسجم مع منطق «التمكين» (empowerment) الذي يعكس وعياً متطوراً بأن الإغاثة المتكررة قد تتحول إلى تكريسٍ للتبعية، بينما يسعى التمكين إلى توليد قدرة ذاتية على الإنتاج والصمود.

في قراءة تأطيرية، يُؤطر هذا البعد الاقتصادي القدس بوصفها «مدينة منتجة، لا مدينة مُستهلكة للمساعدات». وهذا تأطير مشحون سياسياً في مواجهة الخطاب الإسرائيلي الذي يسعى إلى تصوير الفلسطينيين بوصفهم مجتمعاً يفتقر إلى المؤسسات والقدرات. كما ينسجم هذا التأطير مع التراث النظري للقوة الناعمة عند ناي (32)، الذي يرى أن الجاذبية الاقتصادية والمعرفية لا تقل أهمية عن الجاذبية الثقافية في صناعة التأثير. وحين تنخرط شركات ناشئة مقدسية في معرضٍ تكنولوجيٍّ بمراكش، فإن الرسالة التي تنتقل إلى المتلقي تتجاوز المعرض ذاته إلى صورة ذهنية جديدة عن المقدسي بوصفه شريكاً اقتصادياً وفكرياً.

ثامناً: مرصد «الرّباط» — التأطير من خلال البيانات

آلية تأطيرية ثامنة، أقلّ ضوءاً ولكنها بالغة التأثير، تتجسد في «مرصد الرّباط للملاحظة والتّبع والتّقييم»، الذي تأسس بالقدس [في حي الشيخ جراح تحديداً، وفق تصريح الشرقاوي للجزيرة 24 يوليو 2025] في نوفمبر 2021 وأصدر خلال 2024 سبعة عشر تقريراً ترصد الحالة الاستثنائية في المسجد الأقصى وانعكاساتها الأمنية والنفسية، وفق ما تُشير إليه بلاغات الوكالة الرسمية (1). هذه التقارير تُمثل ما يُمكن تسميته «تأطيراً من خلال البيانات»، وهي مقارنة حديثة في الدبلوماسية الرقمية رصدها مانور وهوانغ (33) في تطورات الحقل بعد الجائحة.

ما يُميّز هذا التأطير أنه يستعير شرعية الخطاب العلمي، فيقدّم البيانات المجمّعة عن المسجد الأقصى بوصفها معطيات موضوعية قابلة للتحقق، بدلاً من أن يكتفي بالخطاب التنديدي. هذا الاختيار ينسجم مع ما يُسمّى في حقل الدبلوماسية العامة بـ«القوة الإقناعية القائمة على الأدلة». وحين يُستشهد بهذه التقارير في المنابر الدولية، أو في الجامعات، أو في الإعلام، تنتقل المعلومة من خانة «الرأي» إلى خانة «المعرفة الموثقة». وهي بذلك تُمكن الوكالة من بناء سلطة معرفية على نمط ما يُسمّى فوكو «نظام الحقيقة».

القسم الثالث: قراءة نقدية

أولاً: الانتشار الجماهيري

الملاحظ، عند مقارنة نقدية لمنشورات الوكالة على المنصات الرقمية، أن جمهورها المتلقي يتشكّل غالباً من شرائح متعاطفة، أكاديميون، صحفيون مهتمون، أبناء الجاليات المغربية والعربية في الخارج، والجمهور المتابع لشأن القدس. وهم جمهور متنوع الإيديولوجيات ومنسجم فكرياً. ويرى الباحث أن هذه الملاحظة وإن بدت بالنظرة السطحية أنها نقطة ضعف، إلا أن التحليل العميق لأبعاد القضية المدروسة والإمام بعمل وخلفية النشاط المؤسسي للوكالة يشير بوضوح إلى نجاح ملموس لعمل الوكالة. حيث استطاعت الوصول إلى الجمهور المتعاطف وجعله ناشطاً إيجابياً بالتفاعل والنشر عن القدس بدل التلقي السلبي. وهو ما يعمل على توسيع قاعدة التعاطف والدعم، وبالتالي الحفاظ على السردية وتنويع مصادر التمويل على المدى الاستراتيجي.

كما أن المنطق التقني لمنصات التواصل الاجتماعي، كما يرصده بيولا وهولمز (14) في تبنيهما إلى أن «المنصات الرقمية تُكثّف الخطاب داخل الفقاعات الإيديولوجية»، يجعل معظم خوارزميات المنصات الرقمية تعمل على إظهار المحتوى للأشخاص المهتمين به أصلاً، وليس على إخراجهم إلى جمهور جديد. هذا ما يُسمّى في الأدبيات الإعلامية الحديثة بـ«غرفة الصدى». إلا أن التزايد المضطرب بعدد المتابعين لمنصات



الوكالة الرقمية والعمل الميداني الكثيف الذي تقوم به الوكالة بالقدس، يجعل هذه العقبة التقنية الخارجة عن إرادة الفاعل الرقمي إحدى نجاحات دور الوكالة ودليل فعالية لا العكس، كما يرصد الباحث في تحليله.

ولا يُقلّل من قيمة الجهد التأطيري للوكالة أنه يُخاطب «الدائرة المتعاطفة»؛ فحتى داخل هذه الدائرة، يُمثّل تدعيم الانخراط وتثبيت القنوات هدفاً مشروعاً. ومن زاوية الفعالية الدبلوماسية بالمعنى الذي طرحه ناي (32)، أي القدرة على إقناع جمهورات خارج دائرة التعاطف الأصلية، تسعى الوكالة في الفترة الأخيرة إلى مبادرات كـ «أسبوع المغرب بالتشيلي» (2024) لتوسيع نطاق الجمهور المستهدف خارج الفضاء العربي-الإسلامي.

ثانياً: أحادية التمويل والعبء البنيوي على الفاعل المغربي

الإشكالية الثانية، تتعلّق بالبنية المالية للوكالة. الوثائق الرسمية تُؤكّد أن المغرب يتكفّل بنحو 80% أو أكثر من ميزانيتها، وفي تقرير 2025 ظهر بصراحة أن المغرب هو «الممول الحصري» للسنة (2). أحادية التمويل هذه تطرح عدة إشكاليات، حيث تُحمّل المغرب عبئاً مالياً مزمناً يفوق المعقول لدولة نامية ذات أولويات تنموية داخلية ضاغطة، وتجعل ميزانية الوكالة لا تغطي كامل العمل الطموح المتنامي الذي تقوم به. وحين تتأمل في هذه الأرقام: 4.2 ملايين دولار في 2024، و8 ملايين في 2025 (1)(2)، يتّضح حجم الفجوة بين الطموح والإمكانات المتاحة، في ظل الدعم الرسمي والشعبي المغربي فقط.

خاتمة وآفاق بحثية

تهدف هذه الورقة إلى تقديم قراءة سوسيو-إعلامية متأنية لخطاب وكالة بيت مال القدس الشريف خلال الفترة 2023-2025، وذلك من زاوية ثلاثة حقول نظرية متضافرة: نظرية التأطير الإخباري، تحليل الخطاب النقدي، والدبلوماسية العامة الرقمية. وقد كشفت لنا قراءتنا أن الوكالة تعمل وفق منظومة متماسكة من الآليات التأطيرية تشمل: الإبراز التاريخي للحضور المغربي، التوظيف المدروس للسميما البصرية، التعالّق مع المركزية الفلسطينية، أدّمة الصمود اليومي، التنشئة الجيلية الرقمية، تأطير الاقتصاد المقدسي بوصفه اقتصاد ابتكار، والتأطير المعرفي القائم على البيانات. هذه المنظومة، رغم تماسكها الداخلي، تصطدم بحدود بنيوية أبرزها أحادية التمويل المغربي.

تفتح هذه الورقة آفاقاً بحثية متعدّدة يُمكن أن تخوض فيها أبحاث لاحقة. أولها، تحليل المضمون الكمي لمنشورات الوكالة على إكس وويتوب وفيسبوك خلال الفترة 2023-2025، باعتماد عينات أوسع وبأدوات إحصائية. وإجراء بحوث تأثير ميدانية على الجمهور المتلقّي (في المغرب، في فلسطين، في الجاليات العربية بأوروبا) لقياس مفعول هذا التأطير الفعلي. والتحليل السيميائي المعمّق لتطبيقات «هيتا» وسلسلة «مفاتيح القدس الخمسة» في مقارنة مع نظائرها الإسرائيلية الموجهة للأطفال.

أخيراً، تستحقّ تجربة وكالة بيت مال القدس الشريف الاهتمام الأكاديمي بوصفها مختبراً حياً لما يُمكن أن تفعله وألا تفعله مؤسسة دبلوماسية متعدّدة الأطراف ذات موارد محدودة في خوض حرب على المعنى أمام فاعل ضخم يحوز موارد لا تُقاس. وفي هذا السؤال "كيف يفعل الضعيف رمزياً ما يعجز عنه القويّ ميدانياً؟" يكمن درس هذه التجربة الأبقى.



- Bayt Mal Al-Quds Asharif Agency [BMAQ]. (2024, December 25). BMAQ presents its 2024 humanitarian intervention report in Jerusalem [Press release]. <https://www.bmaq.org/en/2024/12/25/bmaq-presents-its-2024-humanitarian-intervention-report-in-jerusalem/>
- Bayt Mal Al-Quds Asharif Agency [BMAQ]. (2025, December 18). BMAQ presents its 2025 activity report in Jerusalem [Press release]. <https://www.bmaq.org/en/2025/12/18/bmaq-presents-its-2025-activity-report-in-jerusalem/>
- International Court of Justice. (2024, July 19). Legal consequences arising from the policies and practices of Israel in the Occupied Palestinian Territory, including East Jerusalem (Advisory Opinion, General List No. 186). <https://www.icj-cij.org/case/186>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249–283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and power*. Palgrave Macmillan.
- Foucault, M. (1971). *L'ordre du discours: Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970*. Gallimard.
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir: Naissance de la prison*. Gallimard.
- Barthes, R. (1977). *Image–music–text* (S. Heath, Trans.). Hill and Wang.
- Said, E. W. (1978). *Orientalism*. Pantheon Books.
- Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3>
- Manor, I., & Crilly, R. (2018). Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter. *Media, War & Conflict*, 11(4), 369–391. <https://doi.org/10.1177/1750635218780564>
- Bjola, C., & Holmes, M. (Eds.). (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315730844>
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company.



- Bayt Mal Al-Quds Asharif Agency [BMAQ]. (n.d.). The agency. <https://www.bmaq.org/en/the-agency/>
- Zink, V. (2009). A quiet transfer: The Judaization of Jerusalem. *Contemporary Arab Affairs*, 2(1), 122–133. <https://doi.org/10.1080/17550910802576114>
- Bar, D., & Cohen-Hattab, K. (2018). Between Muslim and Jewish sanctity: Judaizing Muslim holy places in the State of Israel, 1948–1967. *Journal of Historical Geography*, 60, 65–76. <https://doi.org/10.1016/j.jhgg.2018.02.005>
- Westcott, N. (2008). Digital diplomacy: The impact of the Internet on international relations (OII Working Paper No. 16). Oxford Internet Institute. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1326476>
- Bjola, C., & Manor, I. (Eds.). (2024). *The Oxford handbook of digital diplomacy*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198888383.001.0001>
- Tellis, W. (1997). Application of a case study methodology. *The Qualitative Report*, 3(3), 1–19. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/1997.2015>
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51–62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203697078>
- Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Éditions du Seuil.
- Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Indiana University Press.



- Wüist, A. M., & Nicolai, K. (2023). Cultural diplomacy and the reconfiguration of soft power: Evidence from Morocco. *Mediterranean Politics*, 28(4), 554–579. <https://doi.org/10.1080/13629395.2022.2033513>
- Nye, J. S. (2004). Soft power: The means to success in world politics. *Public Affairs*.
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Manor, I., & Huang, Z. A. (2022). Digitalization of public diplomacy: Concepts, trends, and challenges. *Communication and the Public*, 7(4), 167–179. <https://doi.org/10.1177/20570473221138401>

المراجع باللغة العربية:

- بارت، ر. (1999). أسطوريات (ق. المقداد، مترجم). منشورات وزارة الثقافة [يقابل المرجع رقم 28].
- سعيد، إ. و. (1981). الاستشراق: المعرفة، السلطة، الإنشاء (ك. أبو ديب، مترجم). مؤسسة الأبحاث العربية [يقابل المرجع رقم 11].
- فان دايك، ت. أ. (2014). الخطاب والسلطة (غ. العلي، مترجم). المركز القومي للترجمة [يقابل المرجع رقم 7].
- فوكو، م. (2007). نظام الخطاب (م. سبيلا، مترجم). دار التنوير [يقابل المرجع رقم 8].
- فوكو، م. (2006). المراقبة والمعاقبة: ولادة السجن (ع. الشيخ، مترجم). مؤسسة الأبحاث العربية [يقابل المرجع رقم 9].