

عمادة الدراسات العليا
جامعة القدس

مدى تغير الخطاب الإسرائيلي الموجه إلى جمهور الخليج العربي بعد
"اتفاقية أبراهام" عما قبله
حساب (إسرائيل في الخليج) عبر "تويتر" أنموذجاً

بلال محمود محمد لقمانية

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1444 هـ - 2022م

مدى تغير الخطاب الإسرائيلي الموجه إلى جمهور الخليج العربي بعد
"اتفاقية أبراهام" عما قبله (حساب "إسرائيل في الخليج" عبر تويتر أنموذجاً)

إعداد:

بلال محمود محمد لقيانية

بكالوريوس: صحافة وعلوم سياسية/ جامعة بيرزيت/ فلسطين

المشرف: د.معين فتحي محمود الكوع

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

الإعلام الرقمي والاتصال من كلية الآداب/ عمادة الدراسات العليا/ جامعة

القدس.

القدس - فلسطين

1444 هـ - 2022م



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

كلية الآداب/ برنامج ماجستير الإعلام الرقمي والاتصال

إجازة الرسالة

مدى تغير الخطاب الإسرائيلي الموجه إلى جمهور الخليج العربي بعد "اتفاقية إبراهيم" عما قبله

حساب (إسرائيل في الخليج) عبر "تويتر" أنموذجاً

اسم الطالب: بلال محمود محمد لقياتية

الرقم الجامعي: 21912508

المشرف: د. معين كوع

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 2022/07/30، من لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتوقيعهم:

.....
التوقيع:

1- رئيس لجنة المناقشة: د. معين كوع

.....
التوقيع:

2- ممتحن داخليا: د. معتصم الناصر

.....
التوقيع:

3- ممتحن خارجيا: د. شادي أبو عياش

القدس - فلسطين

1444هـ / 2022م

الإهداء

إلى من شجعتني على المثابرة طوال عمري، إلى من —————ها أعلو، وعليها أرتكز، إلى
القــــــــــــلب المعطاء والدتي العزيزة

إلى الأمل الذي لا يخيب والسند الذي لا يميل، إلى الحائط الذي أتكئ عليه في أوقات ضعفي إلى
من هم كرامتي في هذه الدنيا... إليكم يا قطعا من قلبي... زوجتي عبير، أبنائي محمود، لارا،
ملاك

إلى من جعلهم الله اخوة بالله

إلى من أتمنى لهم الخير في كل زمان ومكان إلى الأشخاص الذين تميزوا دائماً بالإخاء والوفاء
إليكم يا عزوتي... أصدقائي وصديقاتي

ولا أنسى من هم أكرم منا جميعاً شهداء فلسطين وأسراها

إلى كل هؤلاء: أهدي هذا العمل، الذي أسأل الله تعالى أن يتقبله خالصاً....

إقرار

أقر أنا معد الرسالة بأنها قدمت لجامعة القدس لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، بإستثناء ما تمت الإشارة إليه حيث ورد، وأن هذه الرسالة، أو أي جزء منها، لم يقدم لنيل أية درجة عليا لأية جامعة، أو أي معهد آخر.

التوقيع:

بلال محمود محمد لقيانية

التاريخ: / / 2022 م

شكر وتقدير

الشكر للجزيل للدكتور الرائع الصديق معين الكوع، الذي أشرف على إعداد هذه الرسالة وأرشدني وقدم لدي جهوده الوفيرة وصولاً إلى هذا اليوم، ولم يبخل علي في جميع الأوقات، كان لعلمه وتوجيهاته البناءة الأثر المميز في إنجاز الرسالة، فله مني كل الشكر والامتنان.

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تفاصيل تغير خطاب الاحتلال الاسرائيلي الموجه للجماهير الخليجية في ضوء "اتفاقية أبراهام"، من خلال مقارنة كيف تم تأطير رسائل هذا التغير قبل وأثناء وبعد الإتفاقيات، بالاعتماد على تحليل حساب "إسرائيل في الخليج" الذي تديره الخارجية التابعة لدولة الاحتلال عبر منصة "تويتر".

ووظفت الدراسة طريقة دراسة الحالة معتمدة على أدوات البحث الكيفية والكمية في جمع المعطيات للوصول إلى نتائج الدراسة. واعتمدت الدراسة على نظريتي ترتيب الأجندة أو ترتيب الأولويات (Agenda Setting Theory)، وتحليل الإطار الإعلامي (Frame Analysis Theory).

وخلصت الدراسة إلى تغير موضوعات حساب دولة الاحتلال التي يخاطب بها الخليجيين من التطرق لإنسانيتها وتعايشها وقبولها للآخرين وبطولتها وتفوقها قبل توقيع الاتفاقيات إلى التركيز على تفاصيل ونتائج التطبيع الشعبي والرسمي بعد توقيعها.

وركز حساب "إسرائيل في الخليج" على الموضوعات الاقتصادية بشكل كبير في مراحل التحليل الثلاث، وتشابهت موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" في فترات التحليل الثلاث بالتأكيد على تعايش دولة الاحتلال وسعيها للسلام وقبول الآخر.

وعمل الحساب على ترتيب أولويات جمهوره الخليجي، ليركز على أن دولة الاحتلال هي دولة تعايش وسلام وحضارة في جميع مراحل التحليل، ولم يتطرق لعدوانها المتواصل على الفلسطينيين في كل وقت.

وأظهرت نتائج تحليل الأطر العامة الخاصة بحساب "إسرائيل في الخليج" أن الإطار المتكرر في أقسام التحليل الثلاثة كان "النتائج الاقتصادية" عبر الحديث عن التعاون الاقتصادي قبل اتفاق السلام وبعده.

لم تختلف صورة دولة الاحتلال لنفسها في مراحل التحليل الثلاث، إذ صورت دولة الاحتلال نفسها بأنها طبيعية، وجزء من المنطقة، وليست عدوة للعرب، وأنها دولة تعايش وقبول للآخرين، ورائدة في مختلف المجالات ومتميزة سياحياً على مستوى المنطقة.

وصور الحساب الخليجين على الدوام في أقسام التحليل الثلاث أنهم شعوب متقدمة، ويطمحون للسلام، ويعيشون تقدماً صحياً وعلمياً وتكنولوجياً، ومرحب بهم في دولة الاحتلال، وأن الخليج بلاد تسامح وتقبل الآخر بما فيه "الإسرائيلي"، وحاول "الحساب" التقرب من الخليجين بالتطرق لعاداتهم،

وهذا يدل على أن الحساب أطر الخليجيين بصورة إيجابية، فيما غيَّب حساب "إسرائيل في الخليج" الفلسطيني عن المشهد تماماً قبل توقيع الاتفاق، وفي أثناءه، وبعده. وأظهرت أن دولة الاحتلال كثفت من استهدافها للجمهور الخليجي منذ الإعلان عن الاتفاق وفيما بعده، حيث إن معدلات التغريد لم تكن تتجاوز 0.6 تغريدة يومياً منذ إطلاق الحساب عام 2013 حتى منتصف عام 2020، ولكن بعد توقيع اتفاقيات أبراهام للسلام سجلت زيادة بنسبة 58%.

الكلمات المفتاحية: الدبلوماسية العامة الرقمية، إسرائيل في الخليج، اتفاقية أبراهام، التطبيع، تويتر، الاتفاق الإبراهيمي، السلام، الإمارات، إسرائيل، السعودية، البحرين، كورونا، أطر.

The Changes of the Israeli Discourse Change towards the Gulf Publics before and after the "Abraham Accords": @IsraelintheGulf As a Case Study

Prepared by: Bilal Mahmoud Leqyanya

Supervisor: Dr. Moeen Koa

Abstract

This study aimed to identify the details of the change in the Israeli discourse toward the Gulf audience after the "Abraham" Record by comparing the framing of Israeli Media Messages before, during, and after this agreement. The analysis was based on the Twitter account: "IsraelintheGulf@" account, which Israeli Foreign Affairs run.

The Case study was analyzed using qualitative and quantitative research tools to gather data and draw research findings based on Agenda Setting Theory and Frame Analysis Theory.

The study concluded that there had been a significant change in the issues in which Israel addressed the Gulf through its Twitter account. These issues range from addressing the State of Israel's humanity, calling for coexistence, acceptance, and superiority of others before signing agreements, to focusing on the details and consequences of normalization at the grassroots and elevated levels after the signing of Abraham Agreement.

"IsraelintheGulf@" focused heavily on the economic issues in the three stages of analysis. However, the phases also showed a constant and ever-promoting theme of coexistence with Israel, the pursuit of peace, and acceptance of the other.

"IsraelintheGulf@" prioritized its Gulf audience, emphasizing that Israel is a state of coexistence, peace, and civilization at all stages of analysis. It did not address its continued aggression against Palestinians at all times.

The analysis results of the general frameworks for the "IsraelintheGulf@" account showed that the recurrent framework in the three sections of the analysis was "economic result," referring to economic cooperation before and after the peace agreements.

Israel's image has not changed in the three stages of analysis. Israel has portrayed itself as a natural state, a part of the region, not an enemy of Arabs, and as a State of coexistence and acceptance of others as a leader in various fields and a tourist distinction in the region.

"IsraelintheGulf@" constantly portrayed the Gulf citizens in the analysis's three sections as advanced peoples, aspiring to peace, living with health, scientific and technological advances, and welcome to the occupying Power. The Gulf is a state of tolerance and acceptance of others, including "Israel," and has tried to approach the Gulf by touching on their customs and culture. This demonstrates that the "IsraelintheGulf@" positively framed the Gulf people, and the Palestinians were completely absent from the spectacle before, during, and after the agreement signing.

The results of statistics obtained by the researcher from Twitter after communicating with him showed that Israel had intensified its targeting of the Gulf public since the announcement of the agreement, and later, Tweeting rates have not exceeded 0.6 tweets per day since the account's launch in 2013 until mid-2020, but after the signing of the "Abraham Peace Accords" recorded a 58% increase.

فهرس الموضوعات

أ	إقرار
ب	شكر وتقدير
ج	الملخص
هـ	Abstract
ز	فهرس الموضوعات
ك	فهرس الجداول
ل	فهرس الاشكال والصور
س	فهرس الملحقات
1	الفصل الأول: مشكلة الدراسة وأهميتها
1.1	1.1 المقدمة
1.2	1.2 مشكلة الدراسة:
1.3	1.3 أهداف الدراسة:
1.4	1.4 مبررات اختيار حساب "إسرائيل في الخليج" كدراسة حالة
1.5	1.5 أهمية الدراسة
1.5.1	1.5.1 الأهمية الأكاديمية:
2.5.1	2.5.1 الأهمية العملية:
1.6	1.6 حدود الدراسة:
1.6.1	1.6.1 الحدود الزمانية:
1.6.2	1.6.2 الحدود المكانية:
1.7	1.7 مصطلحات الدراسة:
1.8	1.8 الدراسات السابقة:
1.8.1	1.8.1 الدراسات العربية المتعلقة بتوظيف وتأطير مواقع التواصل الاجتماعي للتطبيع
2.8.1	2.8.1 الدراسات الأجنبية المتعلقة بالتطبيع ونظريات التأطير والأجندة:
3.8.1	3.8.1 التعقيب على الدراسات السابقة:
30	الفصل الثاني: النظرية الناظمة والإطار النظري
2.1	2.1 الإطار النظري

2.2 النظرية الناظمة.....	35
2.1.1 نظرية التأطير الإعلامي.....	36
2.1.2 نظرية ترتيب الأجندة أو ترتيب الأولويات.....	41
الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات	43
1.3 منهج الدراسة:.....	43
2.3 أداة الدراسة:.....	44
3.3 مجتمع الدراسة:.....	46
4.3 عينة الدراسة:.....	46
5.3 عناصر التحليل وفئاته:.....	47
1.5.3 التعريفات الإجرائية الخاصة بالتحليل:.....	47
الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة	50
1.4 مقدمة.....	50
1.1.4 موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" قبل اتفاق أبراهام من 13 حزيران حتى 13 آب 2020.....	51
2.4 موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" من الإعلان عن اتفاق أبراهام في 14 آب حتى توقيعها في 15 أيلول 2020.....	56
3.4 موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" بعد توقيع اتفاقية السلام من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020.....	60
1.3.4 الأطر المستخدمة في صفحة إسرائيل في الخليج.....	67
1.1.3.4 الأطر المستخدمة قبل توقيع اتفاقيات السلام الإبراهيمي من تاريخ 13 حزيران حتى تاريخ 14 آب 2020.....	68
2.1.3.4 الأطر المستخدمة من الإعلان عن اتفاقيات السلام الإبراهيمي بتاريخ 14 آب حتى تاريخ 15 أيلول 2020.....	70
3.1.3.4 الأطر المستخدمة بعد توقيع اتفاقيات السلام الإبراهيمي من تاريخ 16 أيلول حتى تاريخ 13 تشرين الثاني 2020.....	71
2.3.4 الأطر التفصيلية الاستباطية:.....	72
1,2,3.4 تأطير دولة الاحتلال لنفسها في حساب "إسرائيل في الخليج".....	72

2.2.3.4	تأطير دولة الاحتلال لنفسها قبل الاتفاق من تاريخ 13 حزيران حتى تاريخ 14 آب	
2020	إطار "التعايش والتفوق العلمي"	73
3.2.3.4	تأطير دولة الاحتلال لنفسها منذ الإعلان عن الاتفاق في 14 آب حتى توقيعه في 15	
أيلول 2020	إطار السعي للسلام	78
4.2.3.4	تأطير دولة الاحتلال لنفسها بعد الاتفاق من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020:	
إطار "التعاون الاقتصادي"		81
3.3.3.4	تأطير دولة الاحتلال للمواطنين الخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج":	85
1.3.3.4	تأطير دولة الاحتلال للخليجي قبل الاتفاق من تاريخ 13 حزيران حتى تاريخ 14 آب	
2020	إطار "الخليج المتسامح"	85
2.3.3.4	تأطير دولة الاحتلال للخليجي من الإعلان عن الاتفاق في 14 آب 2020 حتى توقيعه	
في 15 أيلول 2020	إطار "الخليج الشريك في السلام"	88
3.3.3.4	تأطير دولة الاحتلال للخليجي بعد توقيع اتفاق أبراهام من تاريخ 16 أيلول حتى 13	
تشرين الثاني 2020	إطار "الخليج المعتدل الداعم للسلام"	91
4.3.4	تأطير دولة الاحتلال للفلسطينيين في الضفة وغزة في حساب "إسرائيل في الخليج"	93
1.4.3.4	تأطير دولة الاحتلال للفلسطينيين بالضفة وغزة قبل الاتفاق من 13 حزيران حتى 14	
آب 2020	إطار يقوم على إخفاء الفلسطيني وعدم ذكره مطلقاً	94
1.4.3.4	تأطير دولة الاحتلال للفلسطينيين بالضفة وغزة من الإعلان عن الاتفاق في 14 آب حتى	
توقيعه في 15 أيلول 2020	إطار تجاهل دور الفلسطيني في تحقيق السلام	95
2.4.3.4	تأطير دولة الاحتلال للفلسطينيين بعد اتفاق أبراهام من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني	
2020	إطار "تجاهل دور الفلسطينيين في حماية السلام وتحقيقه"	96
الفصل الخامس: خلاصة النتائج		98
1.5	الموضوعات المستخدمة في حساب "إسرائيل في الخليج":	98
2.5	الأطر العامة في حساب "إسرائيل في الخليج"	101
3.5	تأطير دولة الاحتلال لنفسها وللآخر (الخليج وللفلسطيني)	103
4.5	تكثيف التواصل مع الخليجيين بالتزامن مع توقيع الاتفاقيات وبعدها	105
الفصل السادس : مناقشة النتائج		108
مقدمة		108

1.6 مناقشة موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" عبر منصة تويتر قبل الاتفاق وفي أثناءه	109
وبعده.....	109
2.6 مناقشة الأطر العامة التي استخدمها حساب "إسرائيل في الخليج".....	110
3.6 مناقشة تأطير إسرائيل لنفسها في حساب "إسرائيل في الخليج".....	112
4.6 مناقشة تأطير حساب "إسرائيل في الخليج" للخليجيين.....	114
5.6 مناقشة تأطير حساب "إسرائيل في الخليج" للفلسطينيين.....	116
الخاتمة:.....	118
محددات الدراسة.....	120
التوصيات:.....	120
قائمة المصادر والمراجع.....	122
أولاً: المراجع العربية.....	122
قائمة الملاحق.....	129

فهرس الجداول

الجدول (1) الموضوعات المطروحة وتكراراتها ونسبتها المئوية في حساب "إسرائيل في الخليج" قبل اتفاق أبراهام من تاريخ 13 حزيران حتى 13 آب 2020.....	51
الجدول (2) الموضوعات المطروحة وتكراراتها ونسبتها المئوية بحساب "إسرائيل في الخليج" من الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه، أي من تاريخ 14 آب حتى 15 أيلول.....	56
الجدول (3) الموضوعات المطروحة وتكراراتها ونسبتها المئوية في حساب "إسرائيل في الخليج" بعد اتفاق أبراهام أي من تاريخ 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني.....	61
الجدول رقم (4): الأطر المستخدمة في حساب "إسرائيل في الخليج" قبل التوقيع على اتفاق السلام الإبراهيمي من 13 حزيران حتى 14 آب 2020.....	68
الجدول رقم (5): الأطر المستخدمة من الإعلان عن اتفاقيات السلام الإبراهيمي بتاريخ 14 آب حتى تاريخ 15 أيلول 2020.....	70
الجدول رقم (6): الأطر المستخدمة في حساب "إسرائيل في الخليج" بعد التوقيع على اتفاق السلام الإبراهيمي من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020.....	71
الجدول رقم (7): الأطر التفصيلية المستتبطة من حساب "إسرائيل في الخليج" قبل التوقيع على اتفاق السلام الإبراهيمي من 13 حزيران حتى 14 آب 2020.....	73
الجدول رقم (8): الأطر التفصيلية المستتبطة من حساب "إسرائيل في الخليج" من الإعلان حتى التوقيع على اتفاق السلام؛ أي من 14 آب 2020 حتى 15 أيلول 2020.....	78
الجدول رقم (9): الأطر التفصيلية المستتبطة من حساب "إسرائيل في الخليج" بعد توقيع اتفاق السلام أي من 15 أيلول 2020 حتى 13 تشرين الثاني 2020.....	82
الجدول رقم (10): الأطر التفصيلية المستتبطة للخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج" قبل التوقيع على اتفاق السلام الإبراهيمي من 13 حزيران حتى 14 آب 2020.....	86
الجدول (11): الأطر التفصيلية المستتبطة للخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج" من إعلان اتفاق أبراهام في 14 آب حتى توقيعه في 15 أيلول 2020.....	89
جدول (12): الأطر التفصيلية المستتبطة للخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج" بعد اتفاق ابراهام من تاريخ 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020.....	91

فهرس الاشكال والصور

- الصورة رقم 1: لقطة شاشة بتاريخ 2 آب 2020 كمثل على "التعايش في إسرائيل".....53
- الصورة رقم 2: لقطة شاشة بتاريخ 13 تموز 2020 كمثل على "تفوق دولة الاحتلال في الزراعة وخدمتها للدول الفقيرة".....53
- الصورة رقم 3: لقطة شاشة بتاريخ 22 حزيران 2020 كمثل على "التوفيق الطبي لدولة الاحتلال".....54
- الصورة رقم 4: لقطة شاشة بتاريخ 3 آب 2020 كمثل على "الترويج للسياحة في دولة الاحتلال".....54
- الصورة رقم 5: لقطة شاشة بتاريخ 7 آب 2020 تدعو الخليجيين لزيارة البحر الميت.....55
- الصورة رقم 6: لقطة شاشة بتاريخ 20 حزيران 2020 لإطلاق مسبار الأمل كمثل على "الاعجاب بتفوق دول الخليج".....55
- الصورة رقم 7: لقطة شاشة بتاريخ 16 آب 2020 كمثل على "عرض الاستعدادات لتوقيع اتفاقيات وتدشين خط الهاتف بين الدولتين".....58
- الصورة رقم 8: لقطة شاشة بتاريخ 30 آب 2020 كمثل على "الثمار الاقتصادية للسلام".....58
- الصورة رقم 9: لقطة شاشة أخرى بتاريخ 25 آب 2020 كمثل على "الثمار الاقتصادية للسلام".....59
- الصورة رقم 10: لقطة شاشة بتاريخ 13 آب 2020 كمثل على "التعايش في دولة الاحتلال".....59
- الصورة رقم 11: لقطة شاشة بتاريخ 21 آب 2020 "دعوة لسكان الإمارات لزيارة دولة الاحتلال".....60
- الصورة رقم 12: لقطة شاشة بتاريخ 2 تشرين الثاني 2020 كمثل على التطبيع الشعبي.....63
- الصورة رقم 13: لقطة شاشة أخرى بتاريخ 3 تشرين الثاني 2020 كمثل على التطبيع الشعبي.....64
- الصورة رقم 14: لقطة شاشة بتاريخ 9 تشرين الثاني 2020 كمثل على التطبيع الرسمي.....64
- الصورة رقم 15: لقطة شاشة بتاريخ 7 تشرين الثاني 2020 كمثل على تواصل تحقيق الثمار الاقتصادية للسلام.....65
- الصورة رقم 16: لقطة شاشة كمثل على وجود دول أخرى تسعى لتوقيع مزيد من الاتفاقيات مع دولة الاحتلال.....65

- الصورة رقم 17: لقطة شاشة بتاريخ 12 تشرين الأول 2020 كمثال على التعاون التكنولوجي والطبي بين دولة الاحتلال والإمارات. 66.....
- الصورة رقم 18: لقطة شاشة بتاريخ 8 تشرين الثاني 2020 كمثال على "التعاون العسكري بين دولة الاحتلال والإمارات". 66.....
- الصورة رقم 19: لقطة شاشة بتاريخ 22 تشرين الأول 2020 كمثال على "التعايش والسلام وقبول الآخر". 67.....
- الصورة 20: لقطة شاشة بتاريخ 12 حزيران 2020 كمثال على "الحرية الدينية". 75.....
- الصورة 21: لقطة شاشة بتاريخ 12 آب لمدينة عكا كمثال على "التعايش وقبول الآخر". 75.....
- الصورة رقم 22: لقطة شاشة بتاريخ 4 آب لاختراعين كمثال على أن "دولة الاحتلال تخدم البشرية ورائدة في مختلف المجالات". 76.....
- الصورة رقم 23: لقطة شاشة كمثال على "إنجازات دولة الاحتلال العلمية". 76.....
- الصورة رقم 24: لقطة شاشة بتاريخ 18 حزيران 2020 كمثال لدولة الاحتلال تصور نفسها مكان أمثل لسياحة الخليجيين. 77.....
- الصورة رقم 25: لقطة شاشة بتاريخ 2 تموز 2020 كمثال على التعاون العلمي والطبي مع دول الخليج. 77.....
- الصورة رقم 26: لقطة شاشة بتاريخ 14 آب 2020 كمثال على اعتبار دولة الاحتلال اتفاقيات السلام انجازاً تاريخياً. 79.....
- الصورة رقم 27: لقطة شاشة بتاريخ 25 آب 2020 كمثال على "جدية دولة الاحتلال في العمل من أجل السلام". 80.....
- الصورة رقم 28: لقطة شاشة بتاريخ 31 آب 2020 كمثال على "سعي دولة الاحتلال للسلام وقبول الآخر". 80.....
- الصورة رقم 29: لقطة شاشة بتاريخ 13 آب كمثال على "التشابه بين الإمارات ودولة الاحتلال". 81.....
- الصورة رقم 30: لقطة شاشة بتاريخ 7 تشرين الثاني 2020 كمثال على "سعي دولة الاحتلال لتطوير التعاون الاقتصادي مع الخليج". 83.....
- الصورة رقم 31: لقطة شاشة بتاريخ 20 تشرين الأول 2020 كمثال على أن "دولة الاحتلال رائدة تكنولوجيا وطبياً وعسكرياً". 83.....

- الصورة رقم 32: لقطة شاشة بتاريخ 15 تشرين الأول 2020 كمثل على أن دولة الاحتلال بلد سياحي ويقبل الآخر..... 84
- الصورة رقم 33: لقطة شاشة بتاريخ 3 تشرين الأول كمثل على أن دولة الاحتلال تسعى لتحقيق السلام وليست عدوة للعرب..... 84
- الصورة رقم 34: لقطة شاشة بتاريخ 20 حزيران 2020 كمثل على "تصوير دول الخليج بأنها متقدمة في المجالات كافة". 87
- الصورة رقم 35: لقطة شاشة بتاريخ 16 حزيران كمثل على أن "الخليجيين مقبلون في دولة الاحتلال ومرحب بهم". 87
- الصورة رقم 36: لقطة شاشة بتاريخ 24 حزيران 2020 كمثل على أن "الخليج بلاد جميلة وبلاد تسامح". 88
- الصورة رقم 37: لقطة شاشة بتاريخ 14 آب 2020 كمثل على أن الخليجيين يتلهفون لزيارة دولة الاحتلال..... 90
- الصورة رقم 38: لقطة شاشة بتاريخ 25 آب 2020 كمثل على أن القيادات الخليجية شريكة حقيقية في السلام. 90
- الصورة رقم 39: "لقطة شاشة بتاريخ 20 أيلول 2020 كمثل على أن الدول الخليجية معتدلة وداعمة للسلام". 92
- الصورة رقم 40: "لقطة شاشة في 7 تشرين الأول 2020 كمثل على أن الشعوب الخليجية قريبة من إسرائيل". 92
- 93
- الصورة رقم 41: "لقطة شاشة في 15 تشرين الأول 2020 كمثل على أن الشعوب مهتمة بزيارة دولة إسرائيل". 93
- الصورة رقم 42: "لقطة شاشة بتاريخ 29 حزيران 2020 تظهر تجاهل الفلسطينيين وإظهار مناطق فلسطينية بأنها إسرائيلية". 95
- الصورة رقم 43: "لقطة شاشة بتاريخ 14 آب 2020 كمثل على تجاهل الفلسطينيين واتفاقية أوسلو الموقعة معهم". 96

فهرس الملحقات

- ملحق رقم (1): قائمة الأساتذة المحكمين: 129
- ملحق رقم (2): المواضيع التي ركز عليها حساب "إسرائيل في الخليج" على تويتر 130
- ملحق رقم (3): تأطير دولة الاحتلال لنفسها وللآخر (الخليجي والفلسطيني) في حساب "إسرائيل في الخليج" 131

الفصل الأول

مشكلة الدراسة وأهميتها

1.1 المقدمة

شكّل الانتشار السريع لمواقع التواصل الاجتماعي وسيلة عابرة للحدود، مكنت الأفراد والمؤسسات والحكومات من توظيفها في مخاطبة الجماهير داخلياً وخارجياً بطرق عملية وسريعة وآنية، وأسهمت هذه الوسائل في تطور مفاهيم نظرية في حقل الاتصال، منها الدبلوماسية الرقمية والاتصال السياسي الرقمي.

واستغلت دولة الاحتلال منصات التواصل الاجتماعي باعتبارها طرقاً وفضاءات لفتح قنوات جديدة مع الجماهير العربية، وتغيير الصورة النمطية لدولة الاحتلال باعتبارها عدواً لمحيطها، ولإظهار دولة الاحتلال بصورة إنسانية وتقدمية (الكوع ومصطفى، 2022).

وفي هذا السياق، لجأت إسرائيل إلى إنشاء مجموعة من الصفحات كان أبرزها: "إسرائيل تتكلم العربية"، و"أفخاي أدرعي"، و"المنسق" والمتحدث باسم خارجية الاحتلال "أوفير جنتلمان"، و"إسرائيل في العراق"، و"إسرائيل في مصر" وغيرها، إذ لعب حساب "إسرائيل في الخليج" عبر تويتر دوراً كبيراً في مخاطبة الخليجيين وتمير رواية دولة الاحتلال إليهم قبيل موجة التطبيع التي بدأت باتفاق أبراهام في 15 أيلول 2020، لتكون تلك المنصات بمثابة سفارات رقمية تربط بينها وبين الجمهور الذي ترغب بمخاطبته كما يظهر في تعريف حساب "إسرائيل في الخليج" لنفسه.

وقد تكون وسائل التواصل الاجتماعي قد لعبت دوراً في تمهيد دولة الاحتلال للوصول إلى توقيع ما تسمى بـ "اتفاقيات أبراهام" مع دول في الخليج (الرازي وشعث، 2020) أدركت دولة الاحتلال أهمية استخدام اللغة العربية لتحقيق أهدافها بالوصول إلى الجماهير العربية وخصوصاً الخليجية، فأنشأت ما يقارب 40 صفحةً رسميةً عبر منصات تواصل اجتماعية مختلفة تتطرق باللغة العربية تخاطب الفلسطينيين والعرب وتوجه رسائل تحمل أهدافاً وخططاً مدروسة تخدم رؤيتها (جودة، 2020)، وهو ما فتح شهيتها لمزيد من اتفاقيات التطبيع مع الدول العربية على حساب القضية الفلسطينية.

وبالرجوع إلى الدراسات السابقة، تبين وجود فجوة بحثية في دراسة كيفية تأطير دولة الاحتلال لنفسها وللآخر ولللسطيني في الحسابات الموجهة للخليج العربي، وهذا يؤكد أهمية هذه الدراسة للوصول إلى معرفة كيفية تأطير دولة الاحتلال لنفسها أمام الخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج" للوصول إلى نتيجة يمكن البناء عليها في هذا المجال.

ترصد الدراسة الحالية تفاصيل الخطاب الذي تبثه دولة الاحتلال الإسرائيلي للعالم العربي، وتحديدًا الخليج العربي عبر منصة "تويتر" بعد أن نجحت في التطبيع العلني مع أربع دول عربية في العام 2020 وهي: الامارات، والبحرين، والسودان، والمغرب، إضافة إلى توقيع معاهدات سلام سابقة مع مصر والأردن إبان توقيع اتفاقية أوسلو مع منظمة التحرير الفلسطينية (م.ت.ف.).

وتسعى للتعرف إلى طبيعة الاختلاف في الخطاب الإسرائيلي الموجه للجماهير العربية وتحديدًا الخليجية بين ما قبل "اتفاقية أبراهام" وفي أثنائها وما بعدها، وكيف أطرت دولة الاحتلال نفسها والآخر (الفلسطيني والخليجي) عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا من خلال حساب "إسرائيل في الخليج" على منصة "تويتر"، حيث اعتمد الباحث على أداة تحليل الإطار لفهم رسائل إسرائيل عبر حسابها على "تويتر".

1.2 مشكلة الدراسة:

مع تطور وسائل التواصل مع الجماهير الكبيرة من خلال منصات التفاعل الاجتماعي، وتوظيف حكومات دولة الاحتلال الإسرائيلي المتعاقبة لهذه الوسائل، وبخاصة في توجيه رسائلها إلى الجمهور العربي، فإن مدى ديناميكية الخطاب الإسرائيلي الموجه للعرب مسألة لا تزال بحاجة إلى دراسة وبحث، وعليه فإن مشكلة الدراسة الحالية تتمثل علاقة "اتفاقية أبراهام" الموقعة بين دولة الاحتلال وعدد من دول الخليج العربي بتغير الخطاب الإسرائيلي الرقمي الموجه إلى شعوب الخليج.

وتسعى الدراسة إلى معالجة سؤال بحثي رئيسي وهو:

هل تغير الخطاب الإسرائيلي الموجه للجماهير العربية بعد توقيع "اتفاقية أبراهام" عما قبله؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما هي المواضيع التي ركز عليها حساب "إسرائيل في الخليج" على "تويتر" قبل وبعد

الاتفاق؟

2. كيف تغيرت الأطر التي ركز عليها حساب "إسرائيل بالخليج" قبل اتفاق أبراهام وفي أثنائه

وبعد توقيعه؟

3. كيف أطرّت دولة الاحتلال نفسها والآخر (الفلسطيني والخليجي) في حساب "إسرائيل في

الخليج" قبل الاتفاقية وفي أثنائها وبعدها؟

1.3 أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيس التالي: التعرف إلى طبيعة الاختلاف في خطاب دولة

الاحتلال الموجه للجماهير الخليجية ما قبل "اتفاقية أبراهام" وأثناءه وما بعدها.

وينفرع عنه الأهداف الفرعية الآتية:

1. تبيان فيما إذا كان هناك اختلاف في لغة حساب "إسرائيل في الخليج" بعد عملية التطبيع عما

كان قبلها.

2. التعرف إلى كيفية تأطير دولة الاحتلال نفسها عبر المنصات الرقمية في مسعى منها

لاختراق الساحات العربية وكيف أطرت الآخر في تعزيز نفسها.

1.4 مبررات اختيار حساب "إسرائيل في الخليج" كدراسة حالة

يعد حساب "إسرائيل في الخليج" على موقع "تويتر" بمنزلة سفارة رقمية لدولة الاحتلال للوصول إلى

جمهور الخليج العربي حسب ما يعرف الحساب نفسه على منصة "تويتر"، ومع توقيع "اتفاقيات

أبراهام" أو ما سمي بالسلام الإبراهيمي، زادت دولة الاحتلال من منصاتها على مواقع التواصل

الاجتماعي بنسبة 20% بحسب تقرير نشرته الديلي تلغراف البريطانية (ذا تلغراف، 2021)، وهذه

الزيادة تدفع الباحث لفحص مضامين ما يجري بثه للجماهير العربية والهدف من النشر المتسارع

والكبير عبر تلك المنصات ومواقع التواصل الاجتماعي التي أضحت عبارة عن سفارات رقمية،

تتخطى الحدود والقنوات الدبلوماسية الرسمية، وتخطب الشعوب مباشرة دون مخاطبة حكوماتها،

كما في حساب "إسرائيل في الخليج" نفسه على منصة "تويتر".

ويعتبر موقع "تويتر" من أهم المنصات التي يستخدمها السياسيون في أرجاء العالم، وكذلك

من أهم المنصات التي تعتمد عليها الدبلوماسية الرقمية لمختلف دول العالم، كما أنها تعتبر من أهم

منصات التواصل الاجتماعي لكثير من الشؤون بينها الشعوب الخليجية (الدهامشة، 2019).

وقد جاء اختيار حساب "إسرائيل في الخليج" عبر تويتر للدراسة، والتي تجاوز عدد

المتابعين لها 103 آلاف وفق "الحساب" ذاته في النصف الأول من العام 2022"، ويفضل الجمهور

الخليجي استخدام تويتر على بقية مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أشارت إحصائية حول النسب المئوية لمختلف دول العالم التي تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية إلى أن (41%) من مستخدمي الإنترنت في السعودية يستخدمون شبكة تويتر، وهي أعلى نسبة من إجمالي المستخدمين في العالم، علماً أن السعودية هي أكبر الدول الخليجية من حيث عدد السكان (وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية)، كما احتلت دول الخليج العربي نسبة ولوج إلى الإنترنت تصل إلى (99%) (عبد العالي، 2018).

وبحسب إحصائية لعام 2021 حول استخدام تويتر في دول الخليج العربي، فإن عدد المستخدمين وصل إلى حوالي (30) مليون شخص، بينهم (17.8) مليون في السعودية و(3.6) مليون في الإمارات، و(2.6) مليون في الكويت، و(1.5) مليون في عُمان، و(1.1) مليون في قطر، و(940) ألفاً في البحرين (الخليج أونلاين، 2021). وبسبب شعبية هذه المنصة "إسرائيل في الخليج" وأهميتها للجمهور الخليجي اختارها الباحث لتكون دراسة حالة.

1.5 أهمية الدراسة

للدراسة أهميتان، علمية وعملية.

1.5.1 الأهمية الأكاديمية:

تتبع أهمية الدراسة من الافتقار لوجود دراسات تبحث في مقارنة مضامين خطاب دولة الاحتلال المقدم للعرب وللخليج العربي ولل فلسطينيين ما قبل وأثناء وما بعد توقيع اتفاقيات أبراهام في أيلول عام 2020.

وتتمثل الأهمية الأكاديمية للدراسة في الكشف عن عمليات التأطير المختلفة التي يستخدمها الاحتلال في تقديم ذاته وتقديم الفلسطينيين لشعوب الخليج العربي.

وتتبع أهمية الدراسة أيضاً من أهمية دراسة الخطاب الدعائي لحساب (إسرائيل في الخليج) للوقوف على المرتكزات والأساليب الدعائية المستخدمة في خطاب دولة الاحتلال الموجه للعرب، بعد أن طبعت ست دول عربية علاقتها مع دولة الاحتلال دون التوصل لاتفاقية سلام مع الفلسطينيين كثابت من ثوابت جميع الدول العربية في السابق.

2.5.1 الأهمية العملية:

تتمثل الأهمية العملية لهذه الدراسة في الوصول إلى توصيات تقدم لصناع القرار الفلسطينيين للعمل على خلق سياسيات لمواجهة الخطاب الإسرائيلي الموجه للخليج العربي ضد الفلسطينيين، كذلك توجيه توصيات للعمل على تحصين المجتمعات العربية تجاه خطاب دولة الاحتلال الذي يحاول اختراقها والتأثير في وعيها لصالح الاحتلال.

1.6 حدود الدراسة:

1.6.1 الحدود الزمانية:

تتمثل الحدود الزمانية للدراسة في شهرين ما قبل الإعلان عن اتفاقيات أبراهام مع الإمارات والبحرين أي من 13 حزيران 2020 حتى 12 آب 2020، ومن الإعلان عن الاتفاقيات في 13 آب 2020 إلى توقيعه في 15 أيلول 2020 وشهرين بعدها، أي من تاريخ 16 أيلول 2020 إلى تاريخ 16 تشرين الثاني 2020. وذلك لمعرفة مدى تغير خطاب دولة الاحتلال الموجه للجماهير العربية ما قبل الاتفاقية وبعدها.

1.6.2 الحدود المكانية:

ويتمثل الحد المكاني للدراسة في حساب "إسرائيل في الخليج" على منصة "تويتر".

1.7 مصطلحات الدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي، التابعة لدولة الاحتلال، السفارات الافتراضية، "إسرائيل في الخليج"،

الخطاب، اتفاقيات أبراهام، منصة تويتر، التطبيق

مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لدولة الاحتلال:

إصطلاحاً: رأت دولة الاحتلال في منصات التواصل الاجتماعية فرصة لفتح مسالك وفضاءات

جديدة للوصول للعرب والفلسطينيين، واعتمدت على خطابات عاطفية وإنسانية مضللة موجهة بدقة

للعرب بهدف كسب التأييد لدولة الاحتلال، وتغير الصورة النمطية لها كعدو للعرب والفلسطينيين

وإظهارها كدولة متقدمة وإنسانية، عبر مجموعة من الصفحات على مواقع التواصل كان أبرزها

"إسرائيل تتكلم العربية"، و"أفخاي أدرعي"، و"المنسق" و"إسرائيل في الخليج" وغيرها (جودة،

2020).

إجرائياً: عرفها الباحث على أنها الصفحات والحسابات التي أنشأتها الخارجية في دولة الاحتلال

عبر منصات ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة للتواصل مع الجماهير الخليجية، وهي صفحات

ناطقة بلسان دولة الاحتلال وتهدف إلى إيصال رسائل دولة الاحتلال للجماهير العربية بشكل مباشر

بعيداً عن أي رقابة من الدول العربية أو الخليجية.

السفارات الافتراضية:

اصطلاحاً: هي سفارات لا وجود لها بالمعنى المادي، ولكنها موجودة على شكل مواقع وحسابات

وصفحات عبر منصات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية، وهي إحدى أشكال التمثيل

الدبلوماسية لدول ترغب في تطوير وجود دبلوماسي لها في دول أخرى رغم عدم وجود تمثيل دبلوماسي رسمي لها في تلك الدول، وفي حالات أخرى يتم إنشاء السفارات الافتراضية لدعم تلك الموجودة أصلاً على الأرض وتعد دولة المالديف هي أول دولة تفتتح سفارة افتراضية في عام 2007 (Senya, 2016. P34).

إجرائياً: يتبنى الباحث هذا التعريف إجرائياً.

"إسرائيل في الخليج":

اصطلاحاً: هو الحساب الرسمي للسفارة الافتراضية لدولة الاحتلال في الخليج العربي عبر "تويتر"، وهو حساب مكرس لتعزيز الحوار مع شعوب هذه الدول بحسب التعريف الموضوع في حساب "إسرائيل في الخليج"، ويتبع رسمياً للسفارة الإسرائيلية ويضع موقع وزارة الخارجية الرسمي عبر الإنترنت كموقع له وكذلك هواتف وزارة الخارجية التابعة للاحتلال (IsraelintheGulf، 2022).
إجرائياً: يعرف الباحث حساب "إسرائيل في الخليج" على أنه منصة لوزارة الخارجية التابعة للاحتلال في محاولة للوصول للجماهير والشعوب العربية في الخليج واقناعهم برواية الاحتلال، ويتجاوز عدد المتابعين لحساب "إسرائيل في الخليج" حتى الربع الأول من العام 2022 (103 متابع).

الخطاب:

اصطلاحاً: هو شكل من أشكال الخطاب العام، ويهدف إلى دعم السلطة في أي صراع سياسي ويكون دائماً مرتبطاً بالسلطة، ويعتبر من أهم وسائل القوى السياسية بهدف الحصول على مكاسب

معينة، ويقوم غالباً على الإقناع، ويحقق ذلك الخطاب عدة وظائف استراتيجية تقوم على إدارة أنماط التفكير الإنساني (الوسكول، 2022).

إجرائياً: يعرف الباحث الخطاب في حساب "إسرائيل في الخليج" إجرائياً بأنه الخطاب المعد ليحمل رسائل سياسية تهدف إلى إقناع العرب وتحديد القاطنين في الخليج العربي والدول التي طبعت علاقاتها مع دولة الاحتلال، أو بصدد إقامة علاقات أو مرشحة لإقامة علاقات جديدة بوجهة النظر الخاصة بها، ودحض وجهات النظر الفلسطينية المتعلقة بالاحتلال والعدوان على الشعب الفلسطيني، وإظهار الصراع أنه فلسطيني-إسرائيلي وليس عربياً إسرائيلياً.

والخطاب الإعلامي الإسرائيلي هو جزء لا يتجزأ من الخطاب الحربي العنصري العدائي للفلسطينيين، وقد استند ذلك الخطاب ولا يزال إلى جملة من المنطلقات والمفاهيم والمرتكزات الأساسية السياسية والأيدولوجية سواء المتعلقة بفلسطين من النهر إلى البحر، أو المتعلقة بشعب فلسطين، أو المتعلقة بالأمة العربية والجنس العربي. وخطابهم الإعلامي هو جزء لا يتجزأ من الأدبيات السياسية والفكرية والأيدولوجية لذلك المجتمع.

اتفاقيات أبراهام:

اصطلاحاً: اتفاقيات أبراهام أو "السلام الإبراهيمي"، وهي اتفاقات منفصلة ووقعت في العاصمة الأميركية واشنطن بين الإمارات والبحرين، ودولة الاحتلال في 15 من أيلول 2020، جرى توقيع كل دولة على حدة مع دولة الاحتلال، وتتضمن إقامة علاقات دبلوماسية وتحقيق السلام، وإنهاء حالة العداء بين الدولتين ودولة الاحتلال، بعيداً عن أي إشارة للحقوق الفلسطينية بالحرية والاستقلال الذي دأبت الدول العربية على التمسك به ورفض إقامة علاقات مع دولة الاحتلال لحين إقامة الدولة الفلسطينية (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2020).

إجرائياً: يتبنى الباحث هذا التعريف إجرائياً.

منصة تويتر:

اصطلاحاً: هو موقع تواصل اجتماعي أمريكي يقدم خدمة التدوين المصغر، ويسمح لمستخدميه بإرسال "تغريدات" بحد أقصى يبلغ 280 حرفاً للرسالة الواحدة، وبلغ إجمالي عدد الحسابات على تويتر 1.3 مليار حساب مستخدم في الربع الثالث من عام 2021، ولكن 330 مليون مستخدم نشط منها فقط، ولدى تويتر 211 مليون مستخدم نشط يومياً يمكن تحقيق الدخل منه، ويتم نشر 500 مليون تغريدة كل يوم، وفي كل عام يتم نشر 200 مليار تغريدة (بايوني، 2021).

إجرائياً: يتبنى الباحث هذا التعريف إجرائياً.

التطبيع:

اصطلاحاً: هو المشاركة في أي مشروع أو مبادرة أو نشاط، محلي أو دولي، يجمع (على نفس المنصة) بين فلسطينيين (و/أو عرب) وإسرائيليين (أفراداً كانوا أم مؤسسات) ولا يستوفي الشرطين التاليين: أن يعترف الطرف الإسرائيلي بالحقوق الأساسية للشعب الفلسطيني بموجب القانون الدولي، وأن يشكل النشاط شكلاً من أشكال النضال المشترك (co-resistance) ضد نظام الاحتلال والاستعمار-الاستيطاني والأبارتهايد الإسرائيلي، ويقع التطبيع في العلاقات الطوعية، وليس القسرية، وهذه الأخيرة متغيرة حسب طبيعة العلاقة الاستعمارية التي تحكم تجمعات الشعب الفلسطيني المختلفة (BDS, 2020).

إجرائياً: يتبنى الباحث هذا التعريف إجرائياً.

1.8 الدراسات السابقة:

المقدمة:

فيما يلي مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، والتي تم ترتيبها زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، فيما تم تقسيمها بناءً على محوري ومتغيري الدراسة: الدبلوماسية الرقمية، والإطار الإعلامي للمنصات الرقمية.

1.8.1 الدراسات العربية المتعلقة بتوظيف وتأطير مواقع التواصل الاجتماعي للتطبيع

1. دراسة الكوع واسبيتان (2022)، بعنوان: "توظيف المركز الفلسطيني لمقاومة التطبيع لتقنيات

الإقناع على الفيسبوك: دراسة تحليلية".

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية توظيف التقنيات الإقناعية في مقاومة التطبيع من خلال تحليل صفحة "المركز الفلسطيني لمقاومة التطبيع على الفيس بوك"، ولتحقيق هذا الهدف لجأ الباحثان إلى تحليل محتوى المنشورات التابعة للصفحة من منتصف أيلول 2019 حتى 1 تموز 2021 وهي المدة التي انتقل فيها التطبيع من أشكاله السرية إلى الأشكال العلنية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها أن صفحة المركز قد وظفت كافة الموضوعات السياسية، والإنسانية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والدينية لإقناع الجمهور برفض التطبيع، واعتمدت الصفحة في تقنياتها الإقناعية على التكرار واستثارة العواطف والتوكيد وشيطة الخصم وإطلاق المسميات، إضافة إلى جملة من التقنيات التي تم ذكرها بالتفصيل في هذه الدراسة، وأوصى الباحثان بضرورة استمرار الدعاية المضادة للتطبيع.

2. دراسة الكوع، مصلح وعوض (2022)، بعنوان: "توظيف ضاحي خلفان على تويتر للإطار الاستراتيجي والرسائل المقنعة للتأثير على تصورات الجمهور فيما يتعلق باتفاقية التطبيع الإسرائيلية-الإماراتية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى توظيف ضاحي خلفان لتقنيات الدعاية للوصول إلى تعزيز عملية التطبيع بين الإمارات ودولة الاحتلال من خلال حسابه عبر منصة "تويتر"، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحليل تغريداته المتعلقة بعملية التطبيع خلال المدة من 1 يناير 2013 حتى 30 أيلول 2020، بالاستناد إلى نظرية التأطير والتقنيات الدعائية السبعة، وأظهرت النتائج أن الإطار الاستراتيجي حل بالمرتبة الأولى بنسبة 27% من تغريدات خلفان المعزز للتطبيع، بينما حل في المرتبة السابعة والأخيرة إطار المسؤولية بنسبة 2.1% وأن استراتيجية الاتصال لخلفان تتماشى مع تقنيات الدعاية السبع.

3. دراسة الكوع، وآخرون (2022)، بعنوان: "مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تطبيق "تيك توك" خلال حرب قطاع غزة عام 2021م"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى توظيف صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي "أفيخاي أدرعي" على تطبيق "تيك توك" للتقنيات الدعائية للتأثير على الجمهور الفلسطيني والعربي والمسلم من خلال الحرب على قطاع غزة لعام 2021، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتألف مجموعها من 187 مقطع فيديو منشورة على صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال على منصة تيك توك، كما حددت الدراسة عينة البحث بعينة المسح الشامل التي تألفت من 47 مقطع فيديو، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون، وتم من خلالها التعرف على مدى توظيف التقنيات الدعائية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال عبر "تيك توك" وكانت ما بين 75% إلى 5% وهما أنصاف الحقائق وتقنية العربية، كما ان النسبة المئوية لاستخدام التقنيات في المنشور

الواحد كانت 107%، وتناولت مقاطع الفيديو ثمانية مواضيع أساسية أبرزها مهاجمة حركة حماس وفصائل المقاومة الفلسطينية بنسبة 55%، تلاها التضامن مع الشعب الفلسطيني بنسبة 30%، والتفاخر بالإسرائيلي وإظهار قوة دولة الاحتلال بنسبة 22.5%.

4. دراسة الكوع ومصطفى (2021)، بعنوان: "توظيف المنظمات الصهيونية لتقنيات الدعاية باللغة العربية على الفيسبوك: دراسة تحليلية لصفحة "قف معنا".

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على كيفية استغلال دولة الاحتلال لوسائل التواصل الاجتماعي، وبالتحديد موقع "فيسبوك"، للترويج لخطواتها المتعلقة بالتطبيع مع العالم العربي، وعملت على تحليل صفحة "قف معنا" الإسرائيلية، وهي منظمة صهيونية تأسست عام 2001 هدفها التوعية بدولة الاحتلال في الشرق الأوسط، وتقوم هذه الدراسة بتبيان آلية عمل صفحة "قف معنا" تجاه الجمهور والموضوعات التي تطرحها وسط التفاعل الموجود على الصفحة.

واعتمدت الدراسة نظرية ترتيب الأجندة أو ترتيب الأولويات، وفي المنهج العلمي اعتمدت على منهج الوصف الكمي، وذلك من خلال تحليل 213 منشوراً لصفحة "قف معنا" على الفيسبوك، ما بين الأول من أيار 2020 حتى نهاية حزيران 2020. وتم اختيار عينة عشوائية منتظمة تمثلت بـ 138 منشوراً وتم تحليلها. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها أن القائمين على الصفحة يختارون المواضيع والفيديوهات والصور بشكل مدروس بأهداف مسبقة وبتقنيات دعائية محددة، مثل تقنية العموميات البراقة، فعلى سبيل المثال، في الوقت الذي تحتفل فيه دولة الاحتلال بإنجاز علمي ما وتضع الصفحة خبراً مرفقاً بصورة حول هذا الحدث فإنها تتبعه بخبر آخر للعمليات الفلسطينية ضد الفلسطينيين باعتبارهم "إرهابيين" هدفهم تدمير دولة علمية محبة للسلام. ومن أجل تحقيق التأطير المطلوب، تمت صياغة الرسائل الإعلامية بطريقة كسب ود العالم العربي،

مثل نشر صورة لجندي إسرائيلي يروي عطش أحد الفلسطينيين مبتور اليدين، وهي صورة تحمل معها رسالة بأن جيش الاحتلال هو إنساني.

5. دراسة بوعشيبية وويفي (2019)، بعنوان: "الدبلوماسية الرقمية وبناء الصور الذهنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة لبعض التجارب العالمية".

هدفت الدراسة إلى البحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية للجمهور المستهدف كبديل عن وسائل الإعلام التقليدية، واتخذ الباحثان نموذجين للدراسة وهما التجربة الفرنسية والأوروبية في الدبلوماسية الرقمية، وكان موقع الخارجية الفرنسي الرسمي على موقع تويتر هو الحالة الدراسية للنموذج الأول، باعتباره أول وزارة فرنسية تنشئ حساباً على تويتر بعنوان @francediplo. ومنذ العام 2012 بدأت الخارجية الفرنسية بفتح باب الحوار مع الجمهور المستهدف، من خلال فتح المجال للأسئلة وطرح الأجوبة، ووسعت الخارجية الفرنسية نشاطها الدبلوماسي بإنشاء عدة حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف تعزيز الحوار المدني، وتعزيز الخدمة العامة لموقع الدبلوماسية الفرنسية، وتحسين جودة الخدمات المعروضة. واتبع الباحثان منهج البحث التاريخي، أي من خلال تتبع مختلف مراحل الدبلوماسية الرقمية، إضافة لمنهج تحليل المضمون الذي استعمل في تحليل كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تكوين الصورة الذهنية للأفراد، كما اتبع الباحثان نظرية الصورة الذهنية، وتطرقا إلى نظرية كارل دويتش في التكامل والاندماج الدولي، وهو ما يلعب دوراً في الدبلوماسية الرقمية.

واستنتج الباحثان بأن فرنسا كانت سباقة في إنجاح تجربتها في الدبلوماسية الرقمية والتي حذت حذوها الدول الأوروبية الأخرى، وخلصت الدراسة إلى أنه ورغم التجربة الإيجابية للدبلوماسية الرقمية سواء الفرنسية أو الأوروبية ككل، وهناك سلبيات ظهرت في هذه التجربة منها حدوث خلط بين آراء الدبلوماسيين الأوروبيين الرسمية والشخصية، وتعرض الحسابات للقرصنة،

كذلك الاستخدام الاستراتيجي للتكنولوجيات الرقمية كأدوات للتضليل والدعاية سواء من جانب الحكومات أو جهات أخرى غير الحكومية تسعى وراء تحقيق مصالح استراتيجية معينة.

هذه الدراسة تختلف عن دراسة تحليل صفحة "إسرائيل في الخليج" كونها تدرس الأثر الناتج عن الدبلوماسية الرقمية الفرنسية والأوروبية على الجمهور الأوروبي والدولي، وهو ما لا يمكن القيام به في الدراسة الحالية، حيث نحتاج لعدة سنوات لقياس الأثر الذي أحدثته الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال سواء على الجمهور الفلسطيني أو العربي، بالإمكان الاستفادة من هذه الدراسة بالإطار النظري والمنهج التحليلي للحالة الدراسية، لتكون مرجعاً بعد فترة في حال رغب الباحث أو غيره في القيام بدراسة حول أثر الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال على الجمهور الناطق بالعربية.

6. دراسة بو سعدة (2018) بعنوان: "آليات تلقي الخطاب الاتصالي في الإعلام الجديد (التفاعلية واللا تزامنية)".

هذه الدراسة نظرية، تهدف إلى بيان دور التفاعلية واللا تزامنية في تلقي الخطاب الإعلامي في الإعلام الجديد مع إبراز المنطلقات التي جعلت منهما خاصيتين مهمتين يتميز بهما هذا الإعلام، والتفاعلية هي قدرة المستخدم على التبادل المستمر لردود الفعل مع المستخدمين الآخرين من خلال الإعلام الجديد وتطبيقاته، وهذه الخاصية أضافت بعداً جديداً ومهماً لأنماط وسائل الإعلام. أما اللا تزامنية فهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء أكان مستقبلاً أو مرسلًا من خلال نشر واسترجاع المعلومات عبر الإعلام الجديد وتطبيقاته بسرعة واستخدامها بسهولة في أي وقت، والتزامنية تسمح للمستخدم إمكانية الحصول على المحتوى الإلكتروني الذي يريده والتفاعل معه بالشكل الذي يريد (بوسعدة، 2018، ص.80).

وأكدت الدراسة أن المتلقي لعب دوراً مهماً في شكل ونوع المعلومة التي يتلقاها عبر منصات التواصل الاجتماعي وأصبح شريكا في صياغتها، وإنتاج المحتوى والمعنى المتضمن في

الخطاب الاتصالي من خلال مستويات اللاتزامنية والتفاعلية المستمرة في مختلف السياقات المحيطة بعملية التلقي.

ومن هنا يأتي التشابه والصلة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية، من حيث الدور البارز الذي قد يلعبه الجمهور أو المتلقي الخليجي عبر وسائل الإعلام الجديد، وكيف يصبح شريكاً في صناعة المحتوى من خلال انتشار الفيديوهات لناشطين ومؤثرين خليجيين داعين لدعم التطبيع مع دولة الاحتلال.

7. دراسة الناصري (2015)، بعنوان: "وسائل الإعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب". هدفت الدراسة إلى التركيز على دور وسائل الإعلام الجديدة في نشر الوعي السياسي لدى الشباب وما تقوم به في مجال الإعلام والاتصال، كذلك تبيان الوظيفة السياسية الجديدة لهذه الوسائل بين أوساط الشباب مما يؤثر على موقفهم واتجاهاتهم.

وخلصت الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت بما تتضمنه من أنشطة إعلامية واتصالية بالمرتبة الأولى كانت الأولى من حيث اهتمام ومتابعة الشباب، ويعود السبب في ذلك لرغبتهم في معرفة ما يدور في البيئة أو العالم المحيط بهم وزيادة المعلومات وحب الاطلاع.

ومن خلال عينة الدراسة التي جرت على شباب طلبة جامعيين في الأردن، أظهرت النتائج بأن 50% من العينة المجتازة أجمعت على أن هذه الوسائل زادت من مستوى الوعي السياسي بالأحداث الجارية لديهم.

وحللت هذه الدراسة أثر وسائل الإعلام الجديد الواقع على الشباب من خلال اختيار عينة من طلبة جامعة البتراء في المملكة الأردنية الهاشمية، في المدة الواقعة ما بين 2013/3/1-2013/6/1، شملت هذه العينة (460) طالبا وطالبة تخصص الإعلام والصحافة من كليتي البكالوريوس والماجستير (وهو العدد الكامل للطلبة)، فيما كانت الحدود الموضوعية هي وسائل

الإعلام الجديد مثل الإنترنت، والخدمات الإعلامية عبر المحمول، ومواقع التواصل الاجتماعي، وتأثير هذه الحدود جميعها على الوعي السياسي لدى الشباب.

واتبع الباحث في إطاره النظري (الحتمية التكنولوجية) التي طرحها مارشال ماكلوهان، ودورها في تطور المجتمعات والأمم وتغير الرأي العام، من خلال إشراك الشباب في عملية وصف وتقييم الواقع وإبداء الرأي وربما تغيير في السلوك، كل ذلك وبحسب هذه النظرية ما هو إلا نتاج أفرزته بيئة عالمية متطورة تسمح بتدفق هائل للمعلومات، الأمر الذي يؤثر بالتالي على إدراك وردود فعل المتلقي.

ومن أبرز النتائج أيضاً أن وسائل التواصل الاجتماعي احتلت ما نسبته 87,26% من عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة يوميا وذلك لمتابعة الأخبار السياسية والتحليلات، وأوضحت النتائج أيضاً بأن 59% منهم يتابعون أحيانا البرامج والأحداث السياسية المقدمة عبر وسائل الإعلام الجديد، ومن أبرز نتائج تحليل العينات أيضاً، اعتقاد أكثر من 62% من عينة الدراسة بأن وسائل الإعلام الجديد تزيد من حرية الرأي والتعبير مقابل وسائل الإعلام التقليدية.

وتتشابه هذه الدراسة بالدراسة الحالية في هدفها، وهو معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام الجديدة في دولة الاحتلال على الجمهور العربي-الخليجي تحديداً، ودورها في فتح مجال لمزيد من حرية الرأي والتعبير المتعلق بالتطبيع مع إسرائيل ومدى نجاح الإعلام الجديد في دولة الاحتلال في تغيير الرأي العام الخليجي لصالح دولتها، وإن اختلفت عينات الدراستين عن بعضهما البعض وكذلك الطرفان.

وبينما يدرس الناصري مدى تغير الوعي السياسي لدى فئة الشباب في دولتهم، أي المملكة الهاشمية والتي كانت لوقت قريب تمتلك فقط وسائل الإعلام بشكلها التقليدي فان دراستنا الحالية

تفحص الأثر الواقع من وسائل إعلام إسرائيلية كانت تعتبر عدواً لعقود بالنسبة للعرب، على الجمهور العربي الشاب، الذي كان مقاطعاً للإعلام الإسرائيلي.

8. دراسة سلمان، (2009)، بعنوان: "العلاقات الإسرائيلية مع دول مجلس التعاون الخليجي"

يرى الباحث أن منطقة الخليج العربي من أكثر المناطق أهمية في الوطن العربي لما تمتلكه من مزايا استراتيجية وسياسية واقتصادية، إذ تمتلك هذه المنطقة كميات هائلة من البترول مما جعلها عرضة لمطامع الدول الكبرى التي تحاول السيطرة على هذه المنطقة. وبقدر تعلق الموضوع بدولة الاحتلال وعلاقتها مع دول مجلس التعاون الخليجي، فإن دولة الاحتلال حاولت منذ إنشائها إقامة علاقات مع هذه الدول، من أجل الاستفادة من الموقع الاستراتيجي للمنطقة والتطور الاقتصادي للخليج، واستغلت الولايات المتحدة وجودها في الخليج العربي بعد عام 1991 لتضغط على دول الخليج العربي لإنهاء المقاطعة مع دولة الاحتلال، خصوصاً بعد المتغيرات الإقليمية والدولية التي حدثت بعد عام 1990 والتي شكلت منطلقاً لتطبيع العلاقات الإسرائيلية الخليجية.

2.8.1 الدراسات الأجنبية المتعلقة بالتطبيع ونظريات التأطير والأجندة:

1. دراسة Al Nawawy and Al Masri (2021) بعنوان: "تطبيع التطبيع: تأطير الصحافة

الإسرائيلية والإمارتية للصراع الفلسطيني الإسرائيلي ما قبل وبعد اتفاق أبراهام".

Normalizing normalization: Emirati and Israeli Newspaper framing of the "

Israel–Palestine conflict before and after the Abraham accords.

هذه الدراسة هي دراسة مقارنة وتحليل اعتمدت على نظرية التأطير، لتحليل الأخبار والمقالات والتقارير ما بين 2017-2019. والمدة ما بين نهاية 2020 وحتى نهاية 2021، واعتمدت

منهجية الدراسة على تحليل 680 مقالاً من صحيفة البيان، و340 مقالاً من صحيفة "إسرائيل اليوم" (Israelhayom).

وتناول الكاتبان في الدراسة "مدى تغير الخطاب الإعلامي واللغة المستخدمة في الصحافة الإماراتية والإسرائيلية ما قبل اتفاق أبراهام وما بعده"، واختارت الدراسة صحيفة البيان كحالة دراسية عن الصحافة الإماراتية، وصحيفة "إسرائيل اليوم" كحالة دراسية عن الصحافة الإسرائيلية. ومن خلال تحليل عينة الدراسة (وهي مقالات رأي وتقارير إخبارية للصراع الفلسطيني-الإسرائيلي). بينت بأن صحيفة البيان على سبيل المثال كانت في السابق تعتمد لغة أكثر ودأً تجاه الفلسطينيين وأكثر انتقاداً للإسرائيليين، لكن تغيرت هذه النبرة بعد توقيع اتفاقية أبراهام والتي أحدثت تحولاً كبيراً في تأطير الأخبار، حيث تمر صحيفة البيان، على وجه الخصوص، بتحول كبير في فترة ما بعد التطبيع، وتبنت الصحيفة التأطير المؤيد لإسرائيل، وبدأت تتجاهل الفلسطينيين بشكل فعال، فخلال العام الماضي، 2021، غطت الصحيفة بشكل أقل أخبار العنف الإسرائيلي تجاه الفلسطينيين، وقاست الدراسة مدى إلقاء الصحيفة الضوء على عدة قضايا منها الأخبار المتعلقة بالانتهاكات الإسرائيلية تجاه الفلسطينيين.

وتوقعت الدراسة بأن يستمر هذا التأطير مع استمرار توطيد العلاقات الإسرائيلية-الإماراتية، على الرغم من أن عينة عشوائية للرأي العام العربي تشير بأن القضية الفلسطينية ما تزال الهم والشاغل الأكبر للعرب.

2. دراسة Zahoor and Sadiq (2021) بعنوان: "الحيز العام الرقمي والصراع الفلسطيني-

الإسرائيلي: تحليل مفاهيمي للتغطية الإخبارية".

Digital public sphere and Palestine-Israel conflict: A conceptual analysis of news coverage.

تستكشف هذه الدراسة النمط المتغير لتغطية وسائل الإعلام التقليدية للصراع الفلسطيني الإسرائيلي طويل الأمد في أعقاب ظهور تقنيات الاتصال الجديدة، فمن خلال نهج نظري أطلق عليه اسم "Arrested Conflict" وهو يُرد إلى نظرية الصراع، تكشف هذه الدراسة أيضاً أن المؤسسات الإخبارية التقليدية قد اعتمدت منصات التواصل الاجتماعي كنموذج تجاري لتغطية الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، كما وجدت بأن المنافذ الإخبارية التقليدية تستخدم وسائل الإعلام الجديدة لأنها أقل تكلفة من الإعلام التقليدي، وفعالة في الوصول وبشكل فوري لمستخدمي الإنترنت.

تقترح الدراسة إجراء بحث مستقبلي حول العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية ومنصات التواصل الاجتماعي من خلال التركيز على استخدام وسائل الاتصال الجديدة من قبل وسائل الإعلام التقليدية. ومن أهم نتائج هذه الدراسة التأكيد أن مستخدمي الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد كان لهم دور في عملية إنتاج المحتوى الإخباري من خلال نشر مقاطع الفيديو والصور للأحداث بشكل آني فوري، كما ساهمت هذه الطريقة في جذب آلاف المتابعين وربما الملايين لوسائل إعلام رقمية تنشر محتواها الإخباري عبر وسائل الإعلام الجديد.

3. دراسة Ahmad and Jaidka (2018) بعنوان: "تأطير الصراعات الاجتماعية في التغطية الإخبارية ووسائل الإعلام الجديد. دراسة مقارنة".

Title: Framing social conflicts in news coverage and social media: A multi-country comparative study

تقدم الدراسة التي اعتمد الباحثان فيها على نظريتي ترتيب الأجندة والتأطير، فهماً لدور التقارب الجيوسياسي في تأطير الرأي العام حول قضية ما من خلال وسائل الإعلام الجديد، وتتخذ هذه الدراسة حالة أعمال العنف التي جرت في حي "ليتل انديا" الهندي في دولة سنيغافورة في العام

2013 كحالة دراسية، هذه الحادثة ألقت الضوء على العنف الجاري تجاه الهنود القاطنين في هذه الدولة التي تتمتع بالتنوع العرقي. وحاولت هذه الدراسة من خلال رصد وتحليل 227 مقالة إخبارية و4495 تغريدة، الوقوف على دور التقارب الجيوسياسي في تأطير الرأي العام السنغافوري والهندي. ومن خلال التحليل والنتائج، تبين أن صانعي الأخبار في وسائل الإعلام السنغافورية التقليدية ووسائل الاعلام الجديدة ومنصات التواصل الاجتماعي، طبقوا أطراً إعلامية مختلفة في مناقشتهم للأحداث الدائرة في حي "ليتل انديا"، ولعب القرب الجغرافي والسياسي دوراً في هذا التأطير، فعلى سبيل المثال كانت القصص المنقولة من وسائل إعلام جديدة هندية تحمل أطراً مختلفة عن تلك السنغافورية، فالهندية ألقت الضوء على العنف كعنف يستهدف الهنود للحد من حريتهم، فيما ركزت الصحافة السنغافورية على أعمال الشغب كأعمال شغب يجب قمعها.

من النتائج المثيرة في هذه الدراسة أن موقع "تويتر" لعب دوراً بارزاً في هذا الحدث، فقد كان أقل تقييداً بالحدود الجيوسياسية للأخبار، مما سمح للمواطنين بتجاوز الرقابة المفروضة على الصحافة السنغافورية، واعتبار "تويتر" نظام معلومات بديلاً قدم جانباً آخر للقضية حول حي "ليتل انديا".

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في العديد من الجوانب لكن كعنصر مغاير ومميز عن الدراسات الأخرى، وهو استخدامها التقارب الجيوسياسي، وهو عنصر مهم في عملية تأطير الرأي العام الخليجي من قبل الإسرائيليين، فدول الخليج لديها علاقات جيوسياسية مع الفلسطينيين عملت على استمرار دعمها للقضية الفلسطينية ورفضها لوجود دولة الاحتلال لسبعة عقود متواصلة، لكن هذه الدراسة تفتح الباب على سؤال: كيف استطاعت دولة الاحتلال أن تتخطى العنصر الجيوسياسي في تقاربها مع الجمهور الخليجي من خلال استخدامها لأدوات الإعلام الجديد؟

4. دراسة Hassan (2015) بعنوان: "أدوات القوى التأثيرية لوسائل الإعلام الجديد: اللغة والخطاب اليومي والصورة"

Tools of Modern Media Impact Forces: Discourse, Language and Image

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على استغلال القوى التأثيرية لوسائل الإعلام الحديثة من طرف قوى النفوذ العالمية الكبرى لتحقيق ما يخصصها من أهداف وخاصة في الدول النامية ومجتمعاتها الفقيرة. ويوضح هذا البحث بالتحليل كيفية توظيف التقدم الذي تم إحرازه في ميدان التكنولوجيا الحديثة والعلوم ذات العلاقة لفبركة الأحداث والوقائع والمستجدات لإقناع الأفراد العاديين والجماعات وللتغلب على الخصوم وتحقيق ما تريده القوى الكبرى في العالم، من خلال التركيز على اللغة والخطاب اليومي واستخدام الصورة.

واعتمد الباحث في منهجيته على المنهج التحليلي الذي يتم من خلاله تحليل البيانات الأصلية المختلفة، متضمنة البيانات الأعمال الأكاديمية ذات الصلة في مجالات الاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس واللغويات والتكنولوجيا، كما يتم دعمه من خلال وسائل الإعلام التي تمثل أعمالاً حول الأنشطة السياسية والاجتماعية والثقافية على قوى التأثير الإعلامي.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية، بالتحليل الكيفي لأدوات القوى التأثيرية التي تفرضها وسائل الإعلام الجديدة على الجمهور بعناصرها المختلفة، فهي دراسة عامة تطرح من خلال سرد عدد من الدراسات السابقة، كيف يمكن لوسائل الإعلام الجديدة أن تقوم على صياغة قصة مقنعة للجمهور وإن كانت كاذبة، وهو ما يشكل عموداً فقرياً في الدراسة الحالية.

5. دراسة Wasik (2013)، بعنوان: "كيف يقوم محررو وسائل التواصل الاجتماعي بتأطير الأخبار والتفاعل مع الجماهير عبر Twitter".

How Social Media Editors Frame the News and Interact with Audiences via Twitter

تقوم هذه الدراسة على الوقوف على الاطارات العامة التي تؤثر على شكل الأخبار ونوعيتها التي يشاركها المستخدمون على موقعي "فيسبوك" و"تويتر" من خلال طرق مختلفة، وهي العواطف والدوافع والمشاركة النفسية. ولهذا السبب تقوم المؤسسات الرسمية في الدول بتوظيف شركات لتأطير الرأي العام في دولها لصالحها.

وخلصت الدراسة إلى أن هناك عدداً من الشركات الصغيرة والمتوسطة وظيفتها تأطير الأخبار بناء على إملاءات مكاتب التحرير الصحفي، فهم يزودون القراء بالأخبار الذين يفضلونها أو يميلون للوقوف عندها ومعرفة التفاصيل حولها، وهذه الفئة أغلبها من الشباب الذين يمتلكون التقنيات الحديثة وعلى اتصال دائم بوسائل الإعلام الجديد، وبالتالي تستطيع هذه الشركات الصغيرة نقل الحدث بالإطار المطلوب منها مسبقاً.

واتبع الباحث في دراسته نظرية التأطير، فيما كانت المنهجية المستخدمة هي تحليل المحتوى بناءً على ثلاث مجموعات من أربعة أيام في الأسبوع (الاثنين -الخميس) لما مجموعه اثنا عشر يوماً بين 12 أبريل و2 مايو 2011. تم استبعاد أيام الجمعة وعطلات نهاية الأسبوع بعد أن أشارت الدراسة التجريبية إلى أن غالبية التغريدات المنشورة في تلك الأيام تميل إلى أن تكون شخصية بحتة ولا تتعلق بالأخبار، وتم الحصول على عينة عشوائية من ثماني شركات صغيرة ومتوسطة من كبرى الصحف المحلية: يو إس إيه توداي، وول ستريت جورنال، وواشنطن بوست، ولوس أنجلوس تايمز. وأربع محطات تلفزيونية رئيسية: ABC News و NBC و CNN

وMSNBC. ثم نشر قائمة شاملة للشركات الصغيرة والمتوسطة والاحتفاظ بها على Twitter بواسطة Sree Sreenivasan من جامعة كولومبيا.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية بمنهجية التحليل، لكن هنا مع التركيز فقط على حساب "إسرائيل في الخليج"، وتحليل التغريدات (سواء نصوص أو فيديوهات أو صور) التي نشرت قبل الإعلان عن اتفاق أبراهام وأثناء وبعد، ويعد حساب إسرائيل في الخليج، وبحسب وصف دراسة Wasik، شركة صغيرة ترد في النهاية للمؤسسة الإعلامية الإسرائيلية الرسمية، وهدفها هو تأطير الرأي العام الخليجي وهي تمتلك كل التقنيات اللازمة لتحقيق التأطير المرجو.

6. دراسة Messaris and Abraham (2008)، بعنوان: " دور الصورة في تأطير القصة الإخبارية".

News Stories. : The Role of Images in Framing

يناقش الباحث في هذه الدراسة دور الصورة في تأطير الرأي العام من خلال ثلاثة عناصر هي: الطبيعة التناظرية للتمثيل المرئي، ومؤشرات الصورة الفوتوغرافية، وعدم وجود ضوابط صريحة في التركيب البصري. واتخذ الباحث صورة الأمريكيين من ذوي الأصول الإفريقية كحالة دراسية في الصحف الأمريكية، فمن خلال تحليله للقصص الإخبارية التي تتناول هؤلاء الفئة من الشعب الأمريكي اتضح للكاتب بأن صورتهم تأطرا بشكل معين بحيث يتم ربطهم بمجموعة متنوعة من العناصر السلبية للمفاهيم والمشاكل الاجتماعية. واتبع الباحث من منهجيته على اختيار بعض التحقيقات والتقارير الواردة في الصحف المحلية لعدد من الولايات الأمريكية مثل صحيفة The Pennsylvania daily وNBC evening show، ورصد وتحليل جميع ما تناوله عن هذه الفئة، والتي ترسخ الصورة السلبية عن الأمريكيين الأفارقة.

ويؤكد بأن هذه الصورة هي نتيجة للصورة المستخدمة لا الكلمات، والتي ساهمت في تأطير شكل وطبيعة وهوية الأمريكيين الأفارقة، ويستعرض الباحث العديد من الدراسات والتحقيقات التي أجريت بهذا السياق، واعتمد الباحث على نظرية التأطير في تحليل الصور الإخبارية.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من زاوية التأطير ودوره في رسم وترسيخ صورة الإسرائيلي "المحب للسلام" للجمهور الخليجي، وفي نفس الوقت الاستمرار في نشر صور الفلسطينيين الذين يقومون بعمليات فدائية ضد أهداف إسرائيلية وتصويرهم على أنهم "إرهابيون"، مستخدمين بذلك الصورة وقوة تأثير الصورة على تأطير الرأي العام الخليجي.

7. دراسة Pavlik (2006)، بعنوان: "تأطير الأخبار والإعلام الجديد: أدوات الإعلام الجديد لإعادة إشراك المواطنين المغتربين".

News Framing and New Media: Digital Tools to Re-engage Alienated Citizens

في هذا الفصل من كتاب Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World، يستعرض الكاتب في الفصل الـ18، دور وسائل الإعلام الجديدة في تأطير الرأي العام بشكل أكثر فعالية من الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام التقليدية. فيما كان المنهج المتبع هو تحليل للمواد الإخبارية المنشورة على عدد من القنوات والصحف الأمريكية مثل: The Washington Post, Milwaukee Journal Sentinel, The Financial Times Limited وغيرها. ومن خلال تحليل بواسطة أدوات تم تطويرها في جامعة كولومبيا الأمريكية.

واستنتجت الدراسة بأن الإعلام الجديد نجح في ذلك كونه يملك أدوات لا يملكها الإعلام التقليدي، ومن هذه الأدوات الوسائط المتشعبة (صور وفيديو وموسيقى) التي يتم من خلالها اعداد

القصة الصحفية بوقت قياسي، وهي أدوات تتسارع فيها وسائل الإعلام الرقمية على اللحاق بها واستخدامها في سرد القصة الصحفية، مما يعني الوصول بشكل أسرع للمتلقي وتشكيل الرأي العام لديه.

كما توصلت الدراسة إلى إمكانية خلق محتوى إعلامي من أي مادة إعلامية بالشكل الذي ترغب فيه القناة أو الصحيفة، وسيرد مثل على ذلك خطاب لأحد الاقتصاديين الأمريكيين الذي انتقد في خطابه الكثير من الأمور، إلا أن الإعلام تنقل ما يريد من هذا الخطاب ورسخ ذلك في ذهن المتلقي.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية بالأدوات التحليلية للمواد الإعلامية (صور وفيديوهات ونصوص وحتى موسيقى)، وكيف بالإمكان تحويل أية مادة إعلامية خام إلى مادة تخدم رئاسة تحرير الصحيفة أو الموقع الإلكتروني، فحساب "إسرائيل في الخليج"، جند كل الأدوات الممكنة المتعلقة بالإعلام الرقمي لصياغة قصص صحفية قادرة على تأطير الرأي العام الخليجي، وخلق محتوى إعلامي بالشكل المطلوب، كما سيتم عرضه في هذه الدراسة لاحقاً.

3.8.1 التعقيب على الدراسات السابقة:

ركزت الدراسات السابقة على مجموعة من الموضوعات، أبرزها كيفية تأطير الصراعات في عدد من دول العالم، وكذلك البحث عن الأطر المستخدمة من قبل الاحتلال في الصراع العربي الإسرائيلي والتطبيع، ومثال ذلك دراسة (Zahoor and Sadiq, 2021) حول الحيز العام الرقمي والصراع الفلسطيني-الإسرائيلي: "تحليل مفاهيمي للتغطية الإخبارية"، ومن أهم نتائجها التأكيد أن مستخدمي الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد كان لهم دور في عملية إنتاج المحتوى الإخباري ونشره بشكل فوري لجذب آلاف المتابعين وربما الملايين لوسائل إعلام رقمية تنشر محتواها الإخباري

عبر وسائل الإعلام الجديد، وكذلك دراسة الكوع، معين. مصلح، سلسبيل. وعوض، دانا. (2022)، حول توظيف ضاحي خلفان على "تويتر" للإطار الاستراتيجي والرسائل المقنعة للتأثير على تصورات الجمهور فيما يتعلق باتفاقية التطبيع الإسرائيلية-الإماراتية، وكذلك دراسة (Ahmad and Jaidka, 2018)، التي ركزت على تأطير الصراعات الاجتماعية في التغطية الإخبارية ووسائل الإعلام الجديد، حيث اتخذت هذه الدراسة حالة أعمال العنف التي جرت في حي "ليتل انديا" الهندي في دولة سنيغافورة في العام 2013 كحالة دراسية، وكيفية تأطير الرأي العام السنغافوري والهندي في هذا المجال.

وتناولت دراسات أخرى العلاقات والتفاعل العربي الخليجي، حيث تطرقت دراسة (سلمان، 2009) إلى العلاقات الإسرائيلية مع دول مجلس التعاون الخليجي، ودور الولايات المتحدة في تقريب وجهات النظر الخليجية الإسرائيلية أملاً في الوصول إلى اتفاقيات سلام.

وتحدثت عدد من الدراسات عن الاتصال الجديد في منصات التواصل الرقمية، ودور الدبلوماسية الرقمية في الوصول إلى الشعوب وأهمية السفارات الرقمية ودورها في تغير وجهة نظر الشعوب لصالح الدول التي ترغب في ذلك، ومثال ذلك دراسة بوعشيبه وويقي (2019)، حول الدبلوماسية الرقمية وبناء الصور الذهنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة لبعض التجارب العالمية في هذا المجال، منها تجربة فرنسا بالدبلوماسية الرقمية، وهي تدرس الأثر الناتج عن الدبلوماسية الرقمية الفرنسية والأوروبية على الجمهور الأوروبي والدولي، ثم دراسة بو سعدة (2018) التي تحدثت عن آليات تلقي الخطاب الاتصالي في الإعلام الجديد (التفاعلية واللامتزامية).

وأكدت الدراسة أن المتلقي لعب دوراً مهماً في شكل ونوع المعلومة التي يتلقاها عبر منصات التواصل الاجتماعي وأصبح شريكاً في صياغتها وإنتاج المحتوى والمعنى المتضمن في

الخطاب الاتصالي من خلال مستويات اللاتزامنية والتفاعلية المستمرة في مختلف السياقات المحيطة بعملية التلقي، كذلك ركزت دراسة (Hassan, 2015) على أدوات القوى التأثيرية لوسائل الإعلام الجديد: اللغة والخطاب اليومي والصورة، وسلطت الضوء على استغلال القوى التأثيرية لوسائل الإعلام الحديثة من طرف قوى النفوذ العالمية الكبرى لتحقيق ما يخصصها من أهداف وخاصة في الدول النامية ومجتمعاتها الفقيرة.

وركزت عدد من الدراسات على التقنيات الإقناعية في مقاومة التطبيع وتقنيات الدعاية في الصفحات الإسرائيلية الناطقة بالعربية، ومثال ذلك دراسة الكوع، معين. واسبيتان، تحرير. (2022) حول توظيف التقنيات الإقناعية في مقاومة التطبيع من خلال تحليل صفحة "المركز الفلسطيني لمقاومة التطبيع على "الفيس بوك"، وأيضاً دراسة (Wasik, 2013) التي تحدثت عن طرق محرري وسائل التواصل الاجتماعي بتأطير الأخبار والتفاعل مع الجماهير عبر Twitter". وكذلك دراسة الكوع، معين. والصيفي، فراس. وزهران، منال. (2022) حول مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تطبيق (توك توك) خلال حرب قطاع غزة عام 2021م، للتأثير على الجمهور الفلسطيني والعربي والمسلم من خلال الحرب على قطاع غزة لعام 2021، ودراسة الكوع ومصطفى (2021) حول توظيف المنظمات الصهيونية لتقنيات الدعاية باللغة العربية على الفيسبوك: دراسة تحليلية لصفحة "قف معنا".

ويتعلق موضوع عدد من الدراسات السابقة أساساً بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي، ويلقي الضوء على ما قامت به المؤسسات الإعلامية التقليدية الإسرائيلية وخارجية دولة الاحتلال في التحول إلى وسائل إعلام جديد والتي هي فعلاً أقل كلفة وأكثر فاعلية، واستطاعت من خلالها أن تصل إلى الجمهور العربي الخليجي، وجذبت كما "إسرائيل في الخليج" على "تويتر"، والصفحات

الرسمية الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، الجمهور الخليجي لها الذي ساهم بشكل أو بآخر في تحديد شكل المحتوى من خلال التفاعل اليومي والدائم مع هذا الحساب أو غيره.

ولكن كما هو واضح من مراجعة الدراسات السابقة فإنه لم تتطرق أي دراسة لموضوع الدراسة الحالية، فالدراسة تحاول تقديم إضافة علمية جديدة لم تقدمها الدراسات السابقة، متعلقة بالخطاب الإسرائيلي الموجه للجماهير العربية ومدى اختلافه قبل توقيع اتفاقيات السلام مقارنة بما قبلها، حيث إن الدراسة الحالية تقدم تحليلاً لثلاث فترات زمنية: الأولى قبل توقيع الاتفاقيات من 13 حزيران 2020 حتى 12 آب 2020، والثانية من الإعلان عن اتفاقية السلام في 13 آب 2020 حتى توقيعها في 15 أيلول 2020، وبعد ذلك بشهرين حتى 16 تشرين الثاني 2020.

الفصل الثاني:

النظرية الناعمة والإطار النظري

2.1 الإطار النظري

المقدمة:

مع نهاية العام المنصرم 2021 بلغ عدد سكان الكرة الأرضية نحو 7.87 مليار نسمة، نصفهم يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي، وحوالي 4.80 مليار شخص في العالم مرتبطون بالشبكة العنكبوتية، بزيادة تجاوزت 7.3% مقارنة بنفس المدة من العام 2021، ويشكلون ما نسبته 61% من سكان العالم، ويشكل عدد مستخدمي وسائل التواصل حالياً نسبة 56.8% من سكان العالم، وانضم 520 مليون مستخدم جديد إلى استخدام وسائل التواصل في الـ 12 شهراً الأخيرة من يوليو/تموز 2020 (الدقموني، 2021).

وتشير تلك الأرقام إلى أن 9 من كل 10 مستخدمين للإنترنت يستخدمون الآن وسائل التواصل، وعليه فإن نحو 15% من حياة اليقظة يقضيها مستخدمو الإنترنت في متابعة وسائل التواصل الاجتماعي، فقد بلغت أعداد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي مع نهاية 2021 على النحو التالي: فيسبوك 2.85 مليار مستخدم نشط شهرياً، يوتيوب 2.29 مليار مستخدم نشط شهرياً،

واتسب 2.00 مليار مستخدم نشط شهرياً، تويتر 397 مليون مستخدم نشط شهرياً (الدقمني، 2021).

إن التغير في طريقة التواصل وأساليبه وأدواته المعاصرة انعكس أيضاً على التواصل ضمن إطار العلاقات الدولية والدبلوماسية بشكل عام، فالممارسات الدبلوماسية وهياكلها لم تكن بمنأى عن هذا التأثير، لاسيما ما حصل جراء التطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والذي يعد أحد أهم المتغيرات التي تؤثر باستمرار في حقل العلاقات الدولية على الصعيدين النظري والعملي، وقد أدركت الدول ذات السياسات الخارجية النشطة أهمية دمج الدبلوماسية العامة الرقمية في عملية صنع قرار السياسة الخارجية، حيث تسهم الدبلوماسية العامة الرقمية في تمكين السياسة الخارجية عن طريق إيصالها إلى جمهور خارجي (البرنجي، 2020).

وتعتبر الدبلوماسية الرقمية امتداداً للدبلوماسية العامة وتعتمد على المنصات الرقمية لتحسين صورة الحكومات، وتعزيز الاتصال متعدد الاتجاهات بين الدبلوماسيين والشعوب، وتقوم الدبلوماسية الرقمية على حصول عدد كبير من البشر على معلومات أفقية بدلاً من تدفق المعلومات من الإعلام التقليدي (بوناب، 2020).

ولا يوجد حتى الآن تحديد تعريف متفق عليه بين الباحثين لمصطلح "الدبلوماسية الرقمية"، ففي حين تعرفها وزارة الخارجية الفرنسية إنها امتداد للدبلوماسية بمفهومها الكلاسيكي، لكنها تعتمد على استخدام الاختراعات الجديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والأدوات الرقمية هي وسيلة لإيصال المعلومات لجمهور مستهدف، وباتت هذه الوسائل تغير وجه النشاط الدبلوماسي، وتمثل الدبلوماسية الرقمية حالياً أولوية لدى الخارجية الفرنسية (موقع الخارجية الفرنسية، 2022)، وترى وزارة الخارجية البريطانية أن الدبلوماسية الرقمية هي حل للمشكلات السياسية الخارجية بالاعتماد على الإنترنت، وأن الشبكة العنكبوتية تمكنها من توسيع مجالات التواصل مع المجتمع

المدني، والحكومات، والأفراد المؤثرين من أجل تحقيق مصالح وطنية للدول التي تستخدمها، وزيادة قوتها الناعمة والتواصل مع الجمهور الافتراضي في العالم والاستفادة من التدفق الهائل للمعلومات في صنع سياسة الدولة، وتوقع تصرف الجماهير والحركات الاجتماعية والسياسية كما حدث فيما سمي في حينه بـ "الربيع العربي" (شيخو، 2022).

يقول الصحفي الأمريكي توماس فريدمان في صحيفة "نيويورك تايمز"، إن منصات التواصل الاجتماعي أجبرت أغلب السياسيين على الانخراط في حوار ذي اتجاهين مع الجمهور الأجنبي (مينافان، 2019). ونظراً لأهمية الدبلوماسية الرقمية المتزايدة لجأت كثير من الدول لإنشاء دوائر متخصصة لها تتبع في الغالب وزارات الخارجية أو مكاتب الرؤساء، وتعتبر تجربة المملكة المتحدة أولى التجارب الناجحة بحسب تقرير الدبلوماسية للعام 2017 حيث تصدرت المملكة المتحدة أداء الدبلوماسية الرقمية في حينه، في حين حصلت فرنسا على المرتبة الثانية في هذا التقرير، تلتها الولايات المتحدة. واصطلح على تسمية هذا النوع من الدبلوماسية في حينه بالدبلوماسية الإلكترونية أو دبلوماسية التأثير، لأنها تصغي للمجهر وتتبادل الآراء معهم (مينافان، 2019).

ولعبت جائحة كوفيد-19 "كورونا" دوراً كبيراً في تعظيم دور الدبلوماسية الرقمية، حيث ألغيت كل المؤتمرات واللقاءات الدبلوماسية، ما زاد من دور وسائل التواصل الرقمية في النشاط الدبلوماسي، وتقادي العزلة الدولية وانعكاساتها على العالم، وكرست جائحة كورونا مفهوم أن الدبلوماسية الرقمية امتداد للدبلوماسية التقليدية في ظل التطور التكنولوجي العالمي (معوش ويحيوي، 2021).

وبرغم ما سبق، لا بد من الإشارة أيضاً إلى أن الدبلوماسية الرقمية تواجه تحديات ولها سلبيات يمكن تلخيصها بعدة نقاط: صعوبة الفصل بين ما هو شخصي وما هو مهني كما يقول

الدبلوماسيون، وتزايد مستويات السخرية العامة على المنصات الرقمية، وانتشار الخوف وعدم الثقة، وكذلك انتشار الأخبار الكاذبة والوهمية (Fake News) وخطاب الكراهية في بعض الأحيان، ويمكن أن تستخدم الأدوات الرقمية أيضاً في تفويض النسيج الاجتماعي والسياسي للدول، في وقت سجلت الكثير من الاختراقات الإلكترونية للوثائق الدبلوماسية والبرقيات التي تصل إلى البعثات والدبلوماسيين التي عادة ما تمتاز بسريتها (شيخو، 2022).

نشاط دولة الاحتلال الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي

تنبهت دولة الاحتلال لأهمية الدبلوماسية الرقمية مبكراً كسبيل لتحسين صورتها في العالم، وتنبهت أيضاً لأهمية منصات التواصل الاجتماعي في الوصول إلى أهدافها، فأستت دائرة أطلقت عليها "الدبلوماسية الجماهيرية" لتتبع وزارة الخارجية الإسرائيلية في عام 2015 هدفها تحسين صورة دولة الاحتلال في العالم، حيث تضم موظفين ومستشارين يشرفون على 350 منصة رقمية بالإضافة إلى عشرين موقعاً إلكترونياً تنشر بسبع لغات عالمية، إلى جانب 80 موقعاً لمكاتب سفارتها، وأنشأت خارجية الاحتلال صفحات رسمية وغير رسمية بحوالي 20 لغة من بينها صفحات موجهة للعرب والفلسطينيين، تقوم بتغذيتها بآلاف المنشورات يديرها مختصون نفسيون وخبراء في التسويق ومختصون اجتماعيون (دويكات، 2020).

ويمكن القول إن أول خطاب إعلامي بين دول الاحتلال والعرب يعود إلى مطلع الألفية الثالثة عندما أنشأت وزارة الخارجية دائرة الصحافة العربية، وعينت اليهودية من أصل مصري أميرة سلطاني قائمة عليها، وهي تتحدث العربية بطلاقة، تبعها بعد أربع سنوات في عام 2004 استحداث منصب الناطق باسم جيش الاحتلال بالعربية، في سبيل التعاطي مع العرب دون وسطاء، وشغل المنصب ضابط برتبة رائد وهو إيتان عروسي، ومن ثم تبعه الرائد أفيخاي أدرعي، ليتطور

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التابعة لدولة الاحتلال الناطقة باللغة العربية إلى عشرات الصفحات الموجهة للمشرق والمغرب والخليج العربي (شبكة الصحفيين العرب، 2015).

وتسعى إسرائيل حالياً لتسوية مشاكلها مع الشعوب العربية بضمنهم الفلسطينيين من خلال التواصل مع الشعوب وليس مع الحكومات التي فشل التعاون معها منذ سبعة عقود حتى كسر ذلك الفشل باتفاقيات السلام الإبراهيمي. وبحسب تقرير الدبلوماسية السنوي لعام 2018 فقد انتقلت إسرائيل من المرتبة الثامنة على مستوى العالم عام 2016 في الدبلوماسية الرقمية إلى المرتبة الرابعة بعد عامين (مركز الخليج للدراسات الاستراتيجية، 2019).

وبحسب تقرير لصحيفة "التلغراف" البريطانية بتاريخ في 1 شباط/فبراير عام 2021، فإنه ومنذ توقيع "اتفاقيات أبراهام" زادت منصات التواصل الاجتماعي لدولة الاحتلال من إنتاجها بنسبة 20%، ونالت أكثر من 800 مليون مشاهدة لصفحاتها عام 2021، وبحسب التقرير ذاته، فإن العمل عبر الإنترنت وضع اللبنة الأولى لاتفاقيات السلام الإبراهيمي مع دولة الاحتلال، بالوصول للشعوب الخليجية، حيث يعد حساب "إسرائيل بالعربية" الذي به 3.2 مليون معجب أنجح منصة بهذا المجال (درويش، 2021).

ويعتبر الحساب الذي تستهدفه هذه الدراسة وهو حساب "إسرائيل في الخليج" "IsraelintheGulf" عبر منصة "تويتر"، نافذة لوزارة خارجية الاحتلال، تخاطب من خلالها مواطني دول الخليج المختلفة بما يتناسب وخصوصيات سكان الخليج، أنشأت وزارة الخارجية التابعة للاحتلال هذا "الحساب" في تموز 2013، ويتابعها حوالي 103 ألف متابع، حتى بداية حزيران 2022، ويعرف "إسرائيل في الخليج" نفسه بأنه "الحساب الرسمي للسفارة الافتراضية لإسرائيل في دول الخليج، وناطق باسم وزارة الخارجية الإسرائيلية، ويحتوي أرقام هواتف الوزارة الرسمية، وهو حساب مكرس لتعزيز الحوار مع شعوب هذه الدول" (IsraelintheGulf, 2022)

وتضع الموقع الرئيسي بالعربية لوزارة "خارجية الاحتلال الإسرائيلية" كموقع رسمي لها عبر تويتر.

ويشهد هذا الحساب نشاطاً كبيراً من حيث تزايد أعداد متابعيه، فعند البدء في هذه الدراسة، في "أيلول 2021"، كان عدد متابعي الحساب أكثر بقليل من 60 ألف متابع، وقد ارتفع هذا الرقم إلى "101" ألف متابع حتى منتصف مارس/آذار 2022، وهو ما يعني معدل زيادة يتجاوز ثمانية آلاف متابع جديد شهرياً، آخذين بعين الاعتبار أن هذه الصفحة أو الحساب ليس الوحيد الناطق بالعربية وتابع لحكومة الاحتلال، فهناك مثلاً: إسرائيل بالعربية، أوفير جنتلمان، موقع وزارة خارجية الاحتلال بالعربية، آفيخاي أدرعي وغيرها العشرات"، وهذه بدورها تحظى بمتابعين تتزايد أعدادهم كذلك بشكل شهري.

ازدادت أعداد منشورات الصفحات الإسرائيلية بعد توقيع اتفاقيات التطبيع بشكل كبير، فعادة ما تجلب المنشورات الأخرى 1000 إلى 2000 إعجاب، أما المتعلقة بالتطبيع فوصلت إلى 40 و50 ألفاً (Friedson & Cohen, 2020).

2.2 النظرية الناظمة

المقدمة:

لا يمكن لأحد إغفال دور الإعلام في تكوين الحياة السياسية وتشكيل الآراء لدى الجمهور، وباتت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في هذا السياق، وأصبح بيد المستخدمين سواء حكومات أو أفراد إمكانية إغراق الجمهور المستهدف بمعلومات كثيرة من أجل التأثير في اتجاهاتهم وتغيير آرائهم، وأضحت منصات الإعلام الجديد هي المصانع الجديدة للرأي العام.

وقد استفادت دولة الاحتلال من ذلك عبر السعي لتوجيه عقل المتصفح لمنصاتها، والتركيز على أجندتها وأولوياتها، بحيث يتم ترتيب الموضوعات حسب الأهمية التي تخدم القائم بالاتصال (شلش، 2021). كذلك سعت دولة الاحتلال مؤخراً إلى تأطير مفاهيم جديدة حولها في العالم العربي، بالاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي، تحديداً في "تويتر" أكثر من غيره من مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى الجماهير الخليجية العربية التي تفضل استخدام هذه الوسيلة. وعليه يستند الباحث في تحليله لحساب "إسرائيل في الخليج" عبر تويتر إلى نظريتي التأطير الإعلامي، وترتيب الأولويات (الأجندة الإعلامية) المترابطتين؛ لتفسير التغيرات التي شهدتها هذا الحساب، للخروج بصورة عن تطور المضامين الإعلامية الإسرائيلية الموجهة للخليجيين تحديداً وللعرب عموماً في المدة التي سبقت توقيع اتفاقيات أبراهام وفي أثنائها وما بعدها.

2.1.1 نظرية التأطير الإعلامي

التأطير هو التأثير في مضامين الرسائل الإعلامية وتوجيهها باتجاه محدد لتصبح ذات مغزى معين، فقد لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، فعندما يقع حادث معين فالحدث قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس إلا إذا وضعته وسائل الإعلام في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين دون آخر حتى يصبح مهماً في قلب الإطار الاجتماعي كله. ولعبت وسائل الاعلام دوراً في خلق فرصة للتأثير بشكل مباشر على التصورات العامة والسلوك من خلال التأطير، وباتت الإطارات أدوات اتصال لتشخيص المشكلات، وتقييمها، ووصفها، وحلها، حيث تفترض النظرية أن وسائل الاعلام تقدم إطاراً للمجهور، ويسهم ذلك الإطار

في تحديد خيارات الجمهور وتحديد قراراتهم حول طرق التعامل مع قضية معينة بالاعتماد على المعلومات المقدمة لهم من وسائل الإعلام تلك.

ويوضح عالم الاجتماع غوفمان (Goffman, 1974)، واضع مفهوم الإطار في كتابه "تحليل الإطار" ان هناك نوعين من الأطر وهما الطبيعي والاجتماعي، كلاهما يلعب دورا في مساعدة الجمهور على تفسير ما يقدم له من معلومات، كما قدم غوفمان خمس أدوات للتأثير، وهي: الاستعارات، والنماذج، والعبارات، والرسومات، والصور المرئية، فالإطارات عبارة عن أجهزة تساعدنا في تنظيم تجاربنا وأدوات نستخدمها لإضفاء معنى على الأحداث.

والإطار بحسب اينتمان (Entman, 1993) الرائد في بحوث تحليل الإطار الإعلامي هو تجريد يعمل على بناء وتنظيم الرسالة، وأكثرها شيوعا تلك المتعلقة بنقل الأخبار وصناعتها، وتلعب الأطر دوراً في تشكيل تصور محدد للمتلقي، وتعد الأطر جدول أعمال الجمهور، فهي تخبر الجمهور بكيفية التفكير بالمسألة وما يجب أن يفكر به.

ويشير اينتمان إلى أن بناء الإطار في المحتوى يركز على أربعة عناصر هي: تعريف المشكلة/القضية، والمسبب لها، والموقف الأخلاقي منها بالإضافة إلى حلول أو توصيات لحلها، وهي عناصر يمكن تفكيك النص الإعلامي بناء عليها لتحديد الإطار الذي توظفه وسيلة الإعلام في رسالتها الموجهة للجمهور.

وتقدم النظرية مجموعة من الأطر المرتبة بتغطية وسائل الاعلام للأخبار وطريقة نشر الرسائل في منصات التواصل الاجتماعي هي: (الدسمه، 2013).

1. الإطار المحدد بقضية: وهو يركز على موضوع محدد يشغل الجمهور ويركز على جوانبه الشخصية ويقدم الموضوع من مدخل شخصي، ويركز على تقديم عناصر الحدث وتداعياته.

2. الإطار العام: يرى الأحداث في سياقها العام، ويقدم تفسيرات عامة للقضية ويربطها بالمجريات السياسية والثقافية ويحاول تقديم الحلول والإقناع بها.

3. إطار الاستراتيجية: يقدم السياق الاستراتيجي للأحداث ويركز على أبعادها على الأمن القومي، وعادة ما يستخدم الإطار لوصف الأحداث السياسية والعسكرية ويستخدم مصطلحات متناقضة مثل حرب وسلم وفوز وخسارة، وهو إطار يستخدم في الحروب والصراعات غالباً.

4. الاهتمامات الإنسانية: وهو إطار يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية، وفيه تجري صياغة الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة.

5. النتائج الاقتصادية: إطار يضع الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، يشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات ويقدمون رسائل اقتصادية تهتم الجمهور.

6. المسؤولية: إطار يجيب عن تساؤل دائماً "من المسؤول عن؟" ويرمي لتحديد المسؤول عن الأحداث، سواء كان شخصاً أو مؤسسة أو قانوناً أو سلوكاً أو حكومة محددة..

7. إطار الصراع: يعرض الأحداث بشكل صراع حاد دون إبراز سياق الصراع، ويرصد المصالح لا الأهداف وتقاس الرسالة غالباً بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم.

8. المبادئ الأخلاقية: يعرض هذا الإطار الوقائع في قالب أخلاقي وقيمي، ويميل لمخاطبة مبادئ المتلقي، عبر الاستشهاد بأدلة دينية واقتباسات محددة تدعم سرده للوقائع.

واعتمد الباحث على هذه الأطر الثمانية كأحد مدخلات استبانة تحليل المحتوى لمعرفة أهم أنواع الأطر التي ركز عليها حساب "إسرائيل في الخليج" ومدى اختلاف تركيز الحساب على أنواع الأطر من خلال مراحل التحليل الثلاث.

وهنا أيضا لا بد من التأكيد على أن كثيراً من الدراسات ركزت على النصوص والمحتوى المقدم في وسائل الاعلام لخدمة سياسيين عبر خلق أطر تسهم في خدمة القضية التي يحددها السياسي، في حين أن السياسيين قد يعملون كمصادر في تلك النصوص، فإن المنافذ الإخبارية هم المؤلفون الفعليون (سعيد، 2019). وتستخدم الأحزاب السياسية والمجموعات الفاعلة، وقوى الضغط وغيرها من الفاعلين السياسيين عادة أطراً مختلفة في مناقشات القضايا، فمثلاً يضع الحزب الجمهوري الأميركي إطاراً لمناقشات قضية مثل الإجهاض حول الطفل أو إجراءات إجهاض محددة باستخدام كلمات مثل "طفل" و"إجراء"، بينما يضع الحزب الديمقراطي نفس الموضوع في أطر النساء والاختيار باستخدام كلمات مثل "النساء" و"الحق" (Monroe, 2017).

بالتأكيد، إن تحديد الأطر والأجندة مسبقاً ضروري لتحقيق التأثير المطلوب، فوسائل الإعلام تخلق إطارات مسبقاً لتحقيق التأثير المراد لبعض القضايا وتجاهل أخرى (الجبوري، 2013). ويتحقق الهدف من التأثير من خلال إبراز الحدث والتغطية الإعلامية المفصلة وبشكل متكرر، للتأثير على آراء المواطنين وخلق اهتمام كبير لهم بهذه القضية محل التركيز (Nelson, 1997). ويمكن تقسيم تأثير الأطر إلى مستويين: الأول يقيم المحتوى غير الظاهر لوسائل الإعلام فيما يقيس الآخر مستوى التأثير في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه مشكلة الدراسة. فمنصات التواصل الاجتماعي تحدد لنفسها أطراً إعلامية من خلال التركيز على قضية معينة لتغيير رأي الجمهور تجاهها (حسونة، 2015).

وتركز هذه النظرية على أهمية مكانة الفرد ودوره في عملية الاتصال التي تتصف بالمرونة واتساقها مع النتائج الراهنة لعلم النفس المعرفي، إضافة إلى قدرتها على التطور الذاتي من خلال نماذج يقدمها الباحثون في مجال التأطير (سفرون وتانكراد، 1992).

و"التأطير" يُعد امتداداً لنظرية وضع الأجندة باستخدام مصطلح وضع الأولويات من المستوى الثاني، فهو يفسر القصص الإخبارية للجماهير، ويتشكل التأثير من خلال الكلمات الرئيسية، والوصف المجازي، والمفاهيم، والرموز، والصور (أبو الحمام، 2020)

ولهذه النظرية الدور الأكبر في الرسائل والأهداف المعدة مسبقاً والتي وضعتها دولة الاحتلال عبر صفحاتها الرسمية الناطقة بالعربية في مواقع التواصل الاجتماعي والموجهة للعالم العربي منها حساب "إسرائيل في الخليج"، وسيجيب البحث من خلال تحليل حساب "إسرائيل في الخليج" على أنواع الأطر، وتقنيات التأطير التي يستخدمها الاحتلال في مخاطبة الجمهور العربي، لتحقيق أهدافه وخلق خطاب إعلامي مؤيد لدولة الاحتلال ورأي عام عربي مؤيد للتطبيع.

ومن خلال نظرية التأطير سيقدم البحث طرق تأطير دولة الاحتلال نفسها والآخر (الفلسطيني والخليجي)، في حساب "إسرائيل في الخليج" عبر تويتر وفقاً للآطر التي يحاول الحساب تشكيلها سيقوم الباحث بتحليل الأطر الثمانية المذكورة مسبقاً، كما سيقوم باستنباط أطر تفصيلية تتعلق بتأطير دولة الاحتلال لنفسها وللآخر الفلسطيني والخليجي، في سبيل الوصول إلى صورة واضحة جداً لطبيعة خطاب دولة الاحتلال الموجه للخليج والتغيرات التي طرأت عليه قبل وأثناء وبعد اتفاقيات أبراهام.

وبالاعتماد على الأطر العديدة في النظرية سيجري معرفة طبيعة الاختلاف في الخطاب الإسرائيلي الموجه للجماهير العربية، وتحديد الخليجية بين ما قبل اتفاقية أبراهام وفي أثنائها وما بعدها، وبيان كيفية تأطير دولة الاحتلال نفسها في مسعى منها لاختراق الساحات العربية، وكيف أطرت الآخر في سبيل تعزيز وجودها.

ومفهوم الأطر العامة والأطر الاستنباطية ستوصل الباحث للإجابة عن أسئلة الدراسة، حيث إن نظرية التأطير تقوم على وضع المنشورات في أطر محددة تخدم رسالة المرسل وتحقق أهدافه المتعلقة بالوصول للجمهور الخليجي.

2.1.2 نظرية ترتيب الأجندة أو ترتيب الأولويات

وفيما يخص الجانب الآخر من الإطار النظري والمتعلق بنظرية الأجندة الإعلامية أو ترتيب الأولويات، وهي التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الإطار، إذ تعمل بحوث الأجندة الإعلامية على دراسة الأولويات التي تقدمها وسائل الإعلام في رسائلها السياسية والاجتماعية المقدمة للمجتمع، وترى أن وسائل الإعلام تنتقي الأحداث التي تريد نقلها ولا تنقل كل ما يحدث في المجتمع، إنما يختار أصحاب القرار في وسائل الإعلام مواضيع وقضايا يتم تكثيف التركيز عليها والتحكم بطبيعة المحتوى المقدم عنها (مكاوي وسيد، 1998). وتنسب النظرية إلى والتر ليبمان الذي تحدث عنها في كتابه "الرأي العام"، وأكد فيه أن وسائل الإعلام تبني الصورة الذهنية للمتلقي وتعمل على تكوين الرأي العام وفق أجندتها (مكاوي وسيد، 1998).

وبعد ذلك طور عالما الاتصال ماكسويل كومبس ودونالد شو نظرية ليبمان، مفترضين أن وسائل الإعلام تقوم بدور الحارس على بوابة المعلومات المتدفقة، حيث يتم انتقاء جزء منها ليجري إيصاله للجمهور ويتم إقناعه بها، وجعلها أولوية لديه من خلال المتابعة والتفكير فيها، وتفترض النظرية بأن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم كل ما يجري، إنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي تثير اهتمامات الناس وتجعلهم تدريجياً يدركونها، ويفكرون فيها، وينتابهم القلق بشأنها، ومن ثم تمثل لدى الجمهور أهمية أكبر نسبياً مقارنة بالموضوعات الأخرى التي تطرحها وسائل الإعلام (الشيخ، 2022).

وتركز نظرية ترتيب الأولويات على وسائل الإعلام التي تحظى بشعبية كبيرة لأنها تسهم في تشكيل الرأي العام حول قضية ما من خلال أطرها بهدف استثارة الجمهور والتركيز على قضية معينة تحدد جدول تفكير المتلقين، وتقوم بحوث الأجندة الإعلامية على دراسة طبيعة المواد التي تقوم وسائل الاعلام باستحضارها للجمهور أو القيام بعدم استحضار (الموسى، 1995).

وتؤثر البيئة الرقمية للإعلام الجديد في جمهور منصات الإعلام الرقمي عبر ترتيب أجندة ذلك الجمهور، فاختلاف وسائل الاعلام من وسائل تقليدية إلى منصات إعلام رقمي لا يعني تغير طريقة ترتيب أولويات المتلقي (أبو الحمام، 2020).

وإذا كانت النظرية التقليدية للأجندة قد بُنيت على أساس خطّي يبدأ من وسائل الإعلام الجماهيري متجهًا نحو الجمهور، فإن البيئة الرقمية حطمت تلك الخطية أو -زعزعتها على الأقل- لصالح شبكة عنكبوتية تتسع للمؤسسات الإعلامية والجمهور (أبو الحمام، 2020).

واستناداً إلى ما سبق يرى الباحث أهمية نظرية الأجندة أو ترتيب الأولويات في فحص وتبيان دور منصات التواصل الاجتماعي في انتقاء وتسليط الضوء على بعض الأحداث أو الشخصيات أو القضايا دون الأخرى، وفي حساب "إسرائيل في الخليج" عبر تويتر، للتمكن من فهم وتحليل طبيعة الموضوعات التي تركز عليها خارجية دولة الاحتلال في أجندتها الموجهة للشعوب الخليجية قبل وفي أثناء وبعد اتفاقية أبراهام.

وتعد نظريتا التأطير وترتيب الأجندة الإعلامية من أهم النظريات التي تقيس دور الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات ومعارف الجماهير في القضايا المتعلقة بالرسائل الإعلامية الموجهة للجماهير وطرق صناعتها وما تحمله من مضامين.

الفصل الثالث

3. الطريقة والإجراءات

1.3 منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الكيفية هذه على المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن الأسئلة البحثية، وهو منهج يدرس الظاهرة المرصودة بهدف التعرف عليها وإيجاد حلول لها، ثم يصار لمقارنتها بأخرى من نظيراتها، وتحليلها وتفسيرها، واستنتاج حلول لها. والمنهج قادر على تقديم وصف دقيق للظاهرة، وهو منهج يتفرع عنه مناهج عدة كالمنهج الاجتماعي ودراسة الحالة (عبد الحميد، 2020).

ويعتبر "الوصف التحليلي" المنهج الأنسب لبعض البحوث الإعلامية والإنسانية، لأنه يعتني بالدراسات التي تهتم بجمع، وتلخيص وتصنيف الظواهر ومعلوماتها المرتبطة بسلوك الإنسان، لغرض تحليلها وتفسيرها وفهم طبيعتها للتحكم بها، فهو قادر على تفسير الكلمات، والصور، والوثائق، وصفحات الإنترنت، وغيرها من المنتجات الثقافية ووسائل الإعلام (عبد الحميد، 2020).

ويعتمد الباحث هذا المنهج في تحليل مضمون الرسالة الإعلامية التي تقدمها حالة الدراسة فالباحث الحالي يهدف إلى تفسير مغزى تكرار الكلمات والأفكار التي يتضمنها الخطاب الإعلامي الإسرائيلي الموجه للجمهور الخليجي. وستعالج الدراسة الحالية الظاهرة قيد الدراسة المتمثلة في معرفة "مدى تغير الخطاب الإسرائيلي الموجه للجماهير الخليجية وقبل وفي أثناء وبعد "اتفاقية أبراهام" حساب "إسرائيل في الخليج" عبر تويتر أنموذجاً.

وستتناول منهجية الدراسة تحليل مضمون الموضوعات التي قامها حساب "إسرائيل في الخليج" لجمهوره خلال المدة المحددة ضمن عينة الدراسة، في إطار نظرية ترتيب الأولويات، حيث سيجري توضيح كيف رتب حساب "إسرائيل في الخليج" أولويات جمهوره بالتركيز على موضوع يخدم موقف دولة الاحتلال وخارجيتها، وبعد ذلك سيجري تحليل الأطر العامة التي استخدمها حساب "إسرائيل في الخليج" ثم استنباط عدد من الأطر التفصيلية المتعلقة بتأطير دولة الاحتلال لنفسها وللآخر (الخليجي والفلسطيني).

2.3 أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على أداة تحليل الإطار الذي يعتبر إحدى طرق تحليل المحتوى الذي يعرف بأنه الوصف الدقيق والموضوعي، وكذلك التصنيف الكمي لمضمون معين أو تصنيف سمات الأدوات الفكرية في فئات، ويعرفه بيرلسون أيضاً بأنه طريقة بحث يتم تطبيقها من أجل الوصول إلى وصف كمي هادف ومنظم لمحتوى أسلوب الاتصال (العساف، 1989).

وفي هذه الدراسة يستخدم الباحث الطريقتين الاستقرائية والاستنباطية في تحليل الإطار، ويعتبر المنهج الاستقرائي جزءاً من مناهج العلوم الطبيعية والإنسانية، ويعتمد على الملاحظة العلمية، ويقدم المنهج معلومات واسعة حول معلومة محددة، وهو نقيض المنهج الاستنباطي، ورغم

ذلك يوجد تفاعل دائم بين المنهجين ويتعاون كلا المنهجين للوصول إلى الحقيقة (عزوزي، 1986).

لذلك استخدم الباحث المنهج الاستقرائي في استخراج الموضوعات التي ركز عليها حساب "إسرائيل في الخليج" وكيف تم تأطيرها، كما استخدم الباحث المنهج الاستنباطي في تحليل الأطر الثمانية، وهي: الإطار المحدد بقضية، والإطار العام، وإطار الاستراتيجية، والاهتمامات الإنسانية، والنتائج الاقتصادية، والمسؤولية، وإطار الصراع، وإطار المبادئ الأخلاقية، ولكنه استخدم المنهج الاستقرائي في الحصول على الأطر الدقيقة والأكثر تفصيلاً، وهو إطار محددة بجدول في التحليل. كما يستخدم الباحث أداة التحليل الموضوعي (Thematic analysis) أي تحليل الموضوعات بعد جمع المواضيع المتشابهة لتمثل الأطر الموظفة في النص الاعلامي، والتحليل الموضوعي هو أحد الطرق المستخدمة في تحليل البيانات الكيفية من خلال تنظيم ووضع البيانات في موضوعات أو فئات محددة، ليتم بعد ذلك شرحها وتفسيرها تحليلياً لإيجاد إجابة عن السؤال البحثي، ويتم التحليل الموضوع من خلال التركيز على القواسم المشتركة بين البيانات، ولكن القاسم المشترك أو الموضوع الشائع والمتكرر قد لا يكون بالضرورة مهماً أو ذا معنى في حد ذاته (Braun & Clarke, 2012).

أما تحليل الإطار كأحد أدوات تحليل المضمون الذي يعتمد على تحليل موضوعات المحتوى، فهو وسيلة لجمع بيانات وأسلوب للملاحظة، وتتبع لظاهرة بغرض تحليلها والخروج بتعميمات أو الإجابة على تساؤلات أو جمع معلومات لرصد ظاهرة، وثمة شروط لتحليل المضمون، وهي: التنظيم أو المنهجية، والموضوعية والحياد، والتعميم، والاستخدام الكمي بشرط العد (عبد الحميد، 1980).

وفي هذه الدراسة تم استخدام تقنية التحليل الموضوعي للإجابة على السؤال الأول للدراسة، وهو: ما هي المواضيع التي ركز عليها حساب "إسرائيل في الخليج" على تويتر قبل وأثناء وبعد اتفاق أبراهام؟ واستخدم نظرية التأطير الإعلامي للإجابة على السؤال الثاني للدراسة الحالية، وهو "ما هي أنواع الأطر التي ركز عليها حساب "إسرائيل في الخليج" قبل وأثناء وبعد توقيع اتفاقية أبراهام، وذلك للوصول إلى الأطر العامة التي استخدمها حساب "إسرائيل في الخليج"، و الأطر التفصيلية التي استتبها الباحث من تحليل تغريدات حساب "إسرائيل في الخليج" واستخدمت ذات النظرية للإجابة على السؤال الثالث المتعلقة بكيفية تأطير دولة الاحتلال لنفسها وللآخر الفلسطيني والخليجي في حساب "إسرائيل في الخليج" قبل وأثناء وبعد توقيع اتفاقيات أبراهام للسلام.

3.3 مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة بجميع المنشورات على حساب "إسرائيل في الخليج" على منصة "تويتر" خلال المدة الزمانية المحددة للدراسة، التي تتمثل في شهرين ما قبل الإعلان عن اتفاقية أبراهام، ومن الإعلان عن الاتفاق في 13 آب 2020 إلى توقيعها في 15 أيلول 2020، ثم شهرين بعده، أي من تاريخ 13 حزيران 2020 إلى تاريخ 13 تشرين الثاني 2020. وشمل مجتمع الدراسة خلال المدة المحددة 1070 تغريدة، تم اختيار عينة الدراسة من بين تلك التغريدات وعددها 283 تغريدة.

4.3 عينة الدراسة:

ولاختيار العينة فقد تم استخدام الباحث موقع (surveymonkey)، وتم حساب حجم العينة من مجتمع الدراسة المستهدف وحجمه 1070 تغريدة وفق نظام calculator size sample، أظهرت النتائج وجوب تحليل 283 تغريدة، وتم اختيار تغريدة من كل أربع تغريدات من أول يوم لمجتمع الدراسة

حتى آخر يوم من مجتمع الدراسة، ونسبة الثقة في عينة الدراسة تجاوزت 95% وبنسبة خطأ لا تتجاوز 5%، حيث حل الباحث 60 منشوراً تمثل عينة الدراسة قبل اتفاق أبراهام وحل الباحث 73 منشوراً خلال الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه و150 منشوراً بعد الاتفاق.

ووفق المعلومات التي حصل عليها الباحث بعد مخاطبة منصة تويتر، تم تزويد الباحث بعينة الدراسة (انظر الملحقين رقم 4 و5) وهو تحليل من قبل موقع تويتر يشير فيه إلى ارتفاع حجم المنشورات بشكل لافت خلال الاتفاق وفي أثنائه وبعده.

5.3 عناصر التحليل وفئاته:

اختار الباحث العناصر المناسبة للتحليل لقياس أبعاد وقيمة محتوى المادة موضوع التحليل، ونظراً لتعدد عناصر التحليل وفئاته والتي تخلق تحديات لعملية التحليل، وركز البحث على تحليل المضمون عبر تحليل موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" والأطر المستخدمة في الحساب للفلسطيني والخليجي وكيف أطرت إسرائيل نفسها في حساب "إسرائيل في الخليج"؟

أما فئات التحليل، فوفقاً للأسئلة الدراسية، فقد تم تقسيمها إلى فئتين تستجيب للأسئلة الدراسية وهي: فئة الموضوعات التي تقدمها الصفحة، وفئة الأطر للوصول لمحتوى المضمون ونوعيته وهدف التحليل، لكي يتم استخدامه في وصف المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول بما يسهل التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر (حسين، 1983).

1.5.3 التعريفات الإجرائية الخاصة بالتحليل:

استخدم الباحث التعريفات الإجرائية في استبانة تحليل المحتوى كالاتي:

فئات الموضوع:

تم استنباطها من النص وفقاً لتحليل التغريدات في حساب "إسرائيل في الخليج" عبر "تويتر"، بناءً على الموضوعات التي نشرها على الحساب من قبل القائمين عليها، حيث تم دراسة موضوعات هذه التغريدات، ويحلل الباحث هذه الفئة وفقاً لنظرية ترتيب الأولويات على أنها تلك المواضيع التي يركز عليها حساب "إسرائيل في الخليج". وقد تم الحصول عليها وفقاً لمجموعة من الخطوات أولاً الموضوعات العامة، ثم دمج المواضيع المتشابهة بعضها مع بعض، ثم قام الباحث بعملية دمج مرة أخرى وصولاً لمجموعة من الموضوعات التي تعبر عن محتوى هذا الحساب، وتم تصنيفها لأطر ما قبل الاتفاق، وأطر أثناء الاتفاق، وأطر ما بعد الاتفاق.

الأطر:

وتهدف لاستكشاف الأطر المستخدمة في صفحة "إسرائيل في الخليج"، وكيف أطر تلك الصفحة الفلسطيني والخليجي. وتشمل الأطر ثمانية أطر على النحو الآتي:

- الإطار المحدد بقضية: وهو يركز على موضوع محدد يشغل الجمهور ويركز على جوانبه الشخصية ويقدم الموضوع من مدخل شخصي ويركز على تقديم عناصر الحدث وتداعياته.
- الإطار العام: يرى الأحداث في سياقها العام، ويقدم تفسيرات عامة للقضية ويربطها بالمجريات السياسية والثقافية ويحاول تقديم الحلول والإقناع بها.
- إطار الاستراتيجية: يقدم السياق الاستراتيجي للأحداث ويركز على إبعادها على الأمن القومي، وعادة ما يستخدم الإطار لوصف الأحداث السياسية والعسكرية ويستخدم مصطلحات متناقضة مثل: حرب وسلم وفوز وخسارة، وهو إطار يستخدم في الحروب والصراعات غالباً.
- الاهتمامات الإنسانية: وهو إطار يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية، وفيه تجري صياغة الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة.

- النتائج الاقتصادية: إطار يضع الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، ويشير إلى التأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات ويقدم رسائل اقتصادية تهم الجمهور.
 - المسؤولية: إطار يجيب عن تساؤل دائماً "من المسؤول عن؟" ويرمي إلى تحديد المسؤول عن الأحداث، سواء كان شخصاً أو مؤسسة أو قانوناً أو سلوكاً أو حكومة محددة.
 - إطار الصراع: يعرض الأحداث بشكل صراع حاد دون إبراز سياق الصراع، ويرصد المصالح لا الأهداف، وتقاس الرسالة غالباً بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم.
 - المبادئ الأخلاقية: يعرض هذا الإطار الوقائع في قالب أخلاقي وقيمي، ويميل لمخاطبة مبادئ المتلقي عبر الاستشهاد بأدلة دينية واقتباسات محددة تدعم سرده للوقائع.
- وفي هذه الدراسة، سيعتمد الباحث إلى تحليل التغريدات للوصول إلى الأطر الثمانية كأحد مدخلات استبانة التحليل، لاستنباط أنواع الأطر التي استخدمتها حساب "إسرائيل في الخليج".
- وثمة أطر تفصيلية استنباطية تصور فيها دولة الاحتلال نفسها والآخر، الفلسطينية والخليجي، سيقوم الباحث بتحليل التغريدات من أجل استنباط هذه الأطر التفصيلية التي استخدمها حساب "إسرائيل في الخليج"، بالاعتماد على عناصر الإطار الإعلامي، حيث يعتبر Entman أن العناصر الأربعة في العملية الاتصالية هي (Entman, 1993): القائم بالاتصال (الصحفي) Communicator، والنص Text، والمتلقي Receiver، والثقافة Culture

3.5 صدق الأداة:

تم التحقق من صدق الأداة الظاهري من خلال عرض استمارة التحليل مع اسئلة الدراسة على مجموعة من المحكمين، وهم من الأكاديميين المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال لقياس صدقها والتأكد من قدرتها على الإجابة عن أسئلة الدراسة (الملحق رقم 1).

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة

1.4 مقدمة

يقدم هذا الفصل عرضاً لنتائج تحليل حساب "إسرائيل في الخليج" وفقاً لأسئلة الدراسة، حيث تم تصميم استبانة التحليل لتعالج الموضوعات التي طرحها حساب "إسرائيل في الخليج"، وتتناول ثانياً الأطر العامة المستخدمة في حساب "إسرائيل في الخليج"؛ وأيضاً الأطر التفصيلية المستنبطة والمتعلقة بتأطير دولة الاحتلال لنفسها، وللخليجي، وللفلسطيني قبل توقيع اتفاقيات أبراهام أو ما سمي بالسلام الإبراهيمي بين الإمارات والبحرين من جهة ودولة الاحتلال من جهة أخرى بدءاً من 13 حزيران حتى 12 آب 2020، وخلال المدة من الإعلان عنه حتى توقيعه من 13 آب حتى 15 أيلول 2020، وبعد توقيع الاتفاق من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020.

1.1.4 موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" قبل اتفاق أبراهام من 13 حزيران حتى 13 آب

2020

أظهرت الدراسة أن حساب "إسرائيل في الخليج" كان قد طرح قبل توقيع اتفاق أبراهام للسلام في المدة من 13 حزيران حتى 13 آب 2020، موضوعات وقضايا وظفها لخدمة أغراضها المتمثلة في الوصول للجمهور الخليجي، ركزت في المقام الأول على قضايا التعايش وقبول الآخر والسعي للسلام وإظهار إنسانيته، وإظهار البطولة والتفوق الإسرائيلي في المجالات التكنولوجية والطبية وغيرها، كما هو مبين (جدول رقم 1).

الجدول (1) الموضوعات المطروحة وتكراراتها ونسبتها المئوية في حساب "إسرائيل في الخليج" قبل اتفاق أبراهام من تاريخ 13 حزيران حتى 13 آب 2020.

الرقم	الموضوع	التكرارات	النسبة
1	التعايش وقبول الآخر والسعي للسلام وخدمة الإنسانية	23	38.4
2	البطولة الإسرائيلية والتفوق بمختلف المجالات	13	21.6
3	إعجاب دولة الاحتلال بتقدم الخليج ورغبة بالتعاون معها	13	21.6
4	التعريف بدولة الاحتلال وبالسياحة فيها ودعوة لزيارتها	11	18.4
	المجموع	60	%100

يبين الجدول (1) اهتماماً إسرائيلياً كبيراً بموضوعي التعايش وقبول الآخر والسعي للسلام وخدمة الإنسانية، ويبين كذلك التعايش داخل دولة الاحتلال، وأنها دولة تضم مسلمين ومسيحيين وتتيح لهم حرية العبادة، حيث كانت تلك الموضوعات هي الأكثر تكراراً بنسبة 38.4%.

هدفت تلك المنشورات لإظهار سعي الاحتلال للتعايش مع الآخر، ودوره في خدمة الإنسانية خصوصاً تقديم مساعدات للدول الفقيرة، ومثال ذلك (انظر الصورة رقم 1) التي تتحدث عن نسبة

السكان العرب والمسلمين في دولة الاحتلال والتي وصلت إلى 17.9% من مجموع السكان، وأن نسبة الحاصلين على شهادات جامعية من العرب القاطنين في دولة الاحتلال ارتفعت 55% في السنوات الخمس الماضية، تلاه تناول موضوعات متعلقة بالبطولة الإسرائيلية والتفوق في مختلف المجالات وتقديم دولة الاحتلال على أنها دولة متقدمة في مختلف المجالات، وتحديدًا العلمية والطبية والزراعية، بنسبة تكرارات وصلت إلى 21.6% من مجموع البيانات المحللة (انظر الصورتين رقمي 2 و3)، حيث تتحدث الصورة رقم 2 عن مزارعين من جنوب السودان يشكرون دولة الاحتلال على مساعدتها لهم في مجال الزراعة، (والصورة رقم 3) تتحدث عن أن دولة الاحتلال ابتكرت جهازاً للتنفس يستخدمه عدة أشخاص معاً للتخفيف من تبعات جائحة كورونا.

كما أظهر التحليل أن دولة الاحتلال ركزت في حساب "إسرائيل في الخليج" على التعريف بالسياحة في مدن ومنتجعات الداخل المحتل ودعوة العرب والخليجيين لزيارتها بنسبة تكرارات وصلت إلى 18.14% (انظر الصورتين رقم 4 و5)، اللتين تتحدثان عن جمال مدينة تل أبيب، وعن جمال البحر الميت أخفض نقطة بالعالم وأهمية زيارته للعلاج، وتدعوان الخليجيين لزيارتها، ومن الموضوعات التي تناولها الحساب أيضاً إعجابه واعجاب دولة الاحتلال بالتقدم العلمي الذي تشهده دول الخليج والترويج له في الحساب من أجل استمالة الخليجيين وكسبهم بنسبة تكرارات وصلت إلى 21.6% (انظر الصورة رقم 6) وهي صور لمسبار الأمل الذي أطلقته الإمارات للمريخ وكتب عليها "باتجاه المريخ نشيد بدولتكم صاحبة الرؤية ونرحب بانضمامها إلينا لتقريب الشرق الأوسط من الفضاء مبروك".



الصورة رقم 1: لقطة شاشة بتاريخ 2 آب 2020 كمثال على "التعايش في إسرائيل".



الصورة رقم 2: لقطة شاشة بتاريخ 13 تموز 2020 كمثال على "تفوق دولة الاحتلال في الزراعة

وخدمتها للدول الفقيرة".



الصورة رقم 3: لقطة شاشة بتاريخ 22 حزيران 2020 كمثل على "التوفيق الطبي لدولة الاحتلال".



الصورة رقم 4: لقطة شاشة بتاريخ 3 آب 2020 كمثل على "الترويج للسياحة في دولة الاحتلال".



الصورة رقم 5: لقطة شاشة بتاريخ 7 آب 2020 تدعو الخليجيين لزيارة البحر الميت.



الصورة رقم 6: لقطة شاشة بتاريخ 20 حزيران 2020 لإطلاق مسبار الأمل كمثل على
 "الاعجاب بتفوق دول الخليج".

2.4 موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" من الإعلان عن اتفاق أبراهام في 14

آب حتى توقيعه في 15 أيلول 2020

أظهر التحليل أن حساب "إسرائيل في الخليج" طرح أربعة موضوعات أساسية خلال فترة الإعلان عن الاتفاق في 14 آب 2020 حتى توقيعه في 15 أيلول 2020 وهي: تفاصيل اتفاق السلام الجديد الموقع بين الإمارات ودولة الاحتلال، ثم بين البحرين ودولة الاحتلال.

وركز الحساب على ثمار السلام التي ستجنيها الشعوب الموقعة على اتفاقيات السلام الإبراهيمي، وأعاد التأكيد ولو بنسبة أقل عما كانت عليه قبل توقيع الاتفاق على التعايش بين دولة الاحتلال والشعوب العربية والدعوة لزيارة دولة الاحتلال والسياحة فيها، هو مبين في الجدول رقم (2).

الجدول (2) الموضوعات المطروحة وتكراراتها ونسبتها المئوية بحساب "إسرائيل في الخليج" من الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه، أي من تاريخ 14 آب حتى 15 أيلول

الرقم	الموضوع	التكرارات	النسبة
	تفاصيل اتفاقات السلام الإبراهيمي	29	39.8
	ثمار السلام السياسية والاقتصادية والشعبية	28	38.4
	التعايش بين إسرائيل والشعوب العربية	8	10.9
	سياحة ودعوة لزيارة إسرائيل	8	10.9
المجموع		73	%100

ويظهر الجدول (2) اهتماماً كبيراً من جانب دولة الاحتلال في طرح المواضيع المتعلقة باتفاقات السلام الإبراهيمي سواء كان ذلك من خلال الحديث عن تطورات اتفاقيات السلام أو تبادل التحضيرات بين الدولتين مع الولايات المتحدة من أجل توقيع اتفاقية السلام، حيث أظهرت التكرارات أن 39.8% (انظر الصورة رقم 7)، والتي تتحدث عن تدشين خطوط الهاتف بين دولة

الاحتلال والإمارات، وتتساءل: "هل تريدون أن تتكلموا مع سكان دولة إسرائيل؟" وفي المنشور الذي يليه أعلام دولة الإمارات ترفرف في "مدينة نتانيا الإسرائيلية"، وجاء في المركز الثاني من حيث الموضوعات الأكثر تكراراً بنسبة 38.4% تلك التي تتحدث عن ثمار السلام الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والشعبية والمكاسب التي ستحققها الشعوب بعد التوقيع على اتفاقيات السلام (انظر الصورتين رقم 8 و9)، حيث تظهر الصورة الثامنة تفاصيل لقاء وزير الزراعة والتنمية الريفية الإسرائيلي مع نظيره الإماراتي كيثار لاتفاقية السلام للبحث في الأمن الزراعي والمائي، فيما تظهر الصورة التي تليها "فراولة إسرائيلية" ستنمو في صحراء الإمارات قريباً، أي أن اتفاق السلام استحوذ على قرابة 80% من مجمل الموضوعات المطروحة خلال فترة الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه.

وهذا يدل على أن صفحة "إسرائيل في الخليج" حاولت ترتيب أولويات جمهورها خلال هذه المدة من خلال التركيز على الموضوعات المذكورة، وركزت تلك الموضوعات أيضاً على تقديم معلومات إخبارية عن تطورات الإعلان عن الاتفاق وصولاً لتوقيعه، وكذلك الحديث عن ثمار ذلك الاتفاق، وجاء تكرار الموضوعات المتعلقة بالتعايش بين دولة الاحتلال والشعوب العربية والسياحة، والدعوة لزيارة دولة الاحتلال بنسبة تكرارات متساوية وهي 10.9% لكل موضوع من الموضوعين (لاحظ الصورتين 10 و11)، حيث يظهر في الصورة جانب من مدينة يافا وتل أبيب وكتب عليها "أكمل الجملة التالية... ما المشترك بين دول الخليج وإسرائيل"، والصورة رقم 11 هي لقطة شاشة من فيديو كتب عليها "أهلاً بكم في إسرائيل"، وفي الخلفية علم الإمارات على أحد المباني ومكتوب أيضاً "سكان إسرائيليون يدعون سكان الإمارات لزيارة إسرائيل متشوقون لرؤيتكم".



الصورة رقم 7: لقطة شاشة بتاريخ 16 آب 2020 كمثل على "عرض الاستعدادات لتوقيع اتفاقيات وتدشين خط الهاتف بين الدولتين".



الصورة رقم 8: لقطة شاشة بتاريخ 30 آب 2020 كمثل على "الثمار الاقتصادية للسلام".



الصورة رقم 9: لقطة شاشة أخرى بتاريخ 25 آب 2020 كمثل على "الثمار الاقتصادية للسلام".



الصورة رقم 10 لقطة شاشة بتاريخ 13 آب 2020 كمثل على "التعايش في دولة الاحتلال".



الصورة رقم 11: لقطة شاشة بتاريخ 21 آب 2020 "دعوة لسكان الإمارات لزيارة دولة الاحتلال".

3.4 موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" بعد توقيع اتفاقية السلام من 16 أيلول

حتى 13 تشرين الثاني 2020

من خلال رصد وتحليل الموضوعات التي تناولها "الحساب" بعد الإعلان عن اتفاق السلام الإبراهيمي، أي من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020، نجد أن حساب "إسرائيل في الخليج" ركز على سبعة موضوعات أساسية وهي إظهار التطبيع بأنه شعبي بين الشعوب المطبوعة والاحتلال، وإظهار التطبيع بأنه رسمي بين الوزراء والسفراء والمسؤولين في دول الخليج ونظرائهم في دولة الاحتلال، وكذلك عرض الثمار الاقتصادية للسلام، ومساعي دول عربية وإسلامية أخرى الانضمام لقطار السلام، والتعاون التكنولوجي والطبي والزراعي والثقافي

والسياسي بين الدول المطبوعة، والتعاون العسكري أيضاً، والحديث عن التعايش والسلام والتسامح وقبول الآخر. وفيما يلي تفاصيل تكرار تلك الموضوعات في الجدول رقم (3):

الجدول (3) الموضوعات المطروحة وتكراراتها ونسبتها المئوية في حساب "إسرائيل في الخليج" بعد اتفاق أبراهام أي من تاريخ 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني

الرقم	الموضوع	التكرارات	النسبة
	إظهار التطبيع بأنه شعبي	45	30
	إظهار التطبيع بأنه رسمي	42	28
	عرض الثمار الاقتصادية الكبيرة لعملية التطبيع	19	12.6
	دول عربية وإسلامية أخرى ستضم للسلام	12	8
	التعاون الطبي والتكنولوجي والزراعي والثقافي والسياسي	12	8
	التعاون العسكري	11	7.4
	التعايش والسلام وقبول الآخر والتسامح	9	6
	المجموع	150	%100

يظهر الجدول رقم (3) تغييراً في أولويات الموضوعات لحساب "إسرائيل في الخليج"، بعد توقيع اتفاقيات السلام، حيث انتقل تركيز الموضوعات التي تناولها حساب "إسرائيل في الخليج" بعد الاتفاقية إلى إظهار التطبيع بأنه شعبي، عبر عرض تفاصيل اللقاءات بين المواطنين البحرينيين والإماراتيين والخليجيين والزيارات المتبادلة مع سكان دولة الاحتلال، إذ بلغت نسبة الموضوعات التي تتحدث عن التطبيع بأنه شعبي 30% من مجموع المنشورات خلال المدة المحددة (انظر الصورتين رقم 12 و13)، حيث تتحدث الصورة 12 عن ما نشره مواطن من دولة الاحتلال عندما

زار الإمارات ويقول: "سررت جدا وشعرت مرغوباً كيهودي، لقد وجدت مجتمعاً دافئاً ومتسامحاً يحترم التقاليد بينا ويتطلع إلى المستقبل"، وفي الصورة رقم 13 تظهر فتاة تحمل علم الإمارات وكتب "الشعب الإسرائيلي يهنئ الشعب الإماراتي لمناسبة يوم العلم الإماراتي".

وأظهرت النتائج أيضاً أن "الحساب" أصبح يعرض موضوعات تتعلق بالتطبيع الرسمي بين الدول، وذلك من خلال تبادل الزيارات بين الوزراء من ذوي الاختصاص، وتبادل الزيارات واللقاءات بين سفراء دولة الاحتلال والبحرين والإمارات في مختلف دول العالم، وبلغت نسبة الموضوعات المتعلقة بإظهار التطبيع الرسمي 28% من مجموع الموضوعات التي جرى تناولها بعد الاتفاق (انظر الصورة رقم 14)، وهي صورة تظهر التطبيع بين سفراء دولة الاحتلال والإمارات، وهي لاستقبال سفيرة الإمارات لدى الدنمارك لنظيرها سفير دولة الاحتلال في كوبنهاغن.

وتواصل عرض المكاسب الإسرائيلية للتطبيع مع دولة الاحتلال والتعاون في مختلف المجالات، إذ بلغت نسبة الموضوعات المنشورة فيه ذات الجانب 12.6% (انظر الصورة رقم 15)، التي تتحدث عن وصول محاصيل دولة الاحتلال للإمارات وهي تُعرض في مراكز التسوق بكل "فخر" في إمارة دبي. ولم تتجاهل الموضوعات التطرق لمساعي عقد اتفاقيات سلام جديدة مع دول عربية أخرى في المرحلة القريبة القادمة، وهو ما حدث بالفعل بنسبة 8% (انظر الصورة رقم 16)، وتظهر الصورة عربا يتسابقون للسلام وكتب عليها "شرق أوسط جديد... السلام مع إسرائيل يحظى بتأييد متزايد وغير مسبوق في العديد من الدول العربية كما يظهر جليا من استطلاعات الرأي العام، أدركت الشعوب العربية أن السلام هو طوق النجاة من الركود الاقتصادي والعلمي وفرصة ذهبية لحرر الإرهاب"، وتظهر في الصورة أعلام السعودية وقطر والإمارات ومصر والأردن، ولم تذكر الصورة مصدر هذه الاستطلاعات، لذلك ربما تكون غير دقيقة.

وكذلك الحديث عن التعاون الطبي والتكنولوجي والزراعي والسياحي والثقافي بين الدول الموقعة على اتفاقيات السلام ودولة الاحتلال بنسبة ماثلة 8% (انظر الصورة رقم 17)، الصورة هي مشاركة لمنشور من موقع "الإمارات 24"، لتعاون مشترك في مجال البحث بين جامعة خليفة للعلوم والتكنولوجيا لإنتاج كمادة تحمي من البكتيريا والفيروسات وتمتاز بخصائص صديقة للبيئة. ولم تخف دولة الاحتلال عرض تعاونها العسكري مع الدول المطبوعة أيضاً، إذ تظهر الموضوعات أن 7.4% من الموضوعات تتناول التعاون العسكري بين الجانبين (انظر الصورة رقم 18)، التي كتب بداخلها "الأمن والاستقرار طويل الأمد... اقتصاديات متقدمة وقوية... جيوش وتكنولوجيا متطورة... دول سياحية بامتياز... دول تستقبل ملايين العمال الأجانب... دول مؤثرة بالسياسة الدولية". وتحديث الموضوعات أيضاً عن التعايش والسلام وقبول الآخر بنسبة 6% (انظر الصورة رقم 19) وهي صورة لرجال دين مسيحيين ويهود ومسلمين يشبكون أيديهم معاً وكتب عليها "كلنا صناعة إلهية... كلنا أبناء إبراهيم... والحمد لله على نعمته".



الصورة رقم 12: لقطة شاشة بتاريخ 2 تشرين الثاني 2020 كمثال على التطبيع الشعبي.



الصورة رقم 13: لقطة شاشة أخرى بتاريخ 3 تشرين الثاني 2020 كمثال على التطبيع الشعبي.



الصورة رقم 14: لقطة شاشة بتاريخ 9 تشرين الثاني 2020 كمثال على التطبيع الرسمي.



الصورة رقم 15: لقطة شاشة بتاريخ 7 تشرين الثاني 2020 كمثال على تواصل تحقيق الثمار الاقتصادية للسلام.



الصورة رقم 16: لقطة شاشة كمثال على وجود دول أخرى تسعى لتوقيع مزيد من الاتفاقيات مع دولة الاحتلال.



الصورة رقم 17: لقطة شاشة بتاريخ 12 تشرين الأول 2020 كمثال على التعاون التكنولوجي والطبي بين دولة الاحتلال والإمارات.



الصورة رقم 18: لقطة شاشة بتاريخ 8 تشرين الثاني 2020 كمثال على "التعاون العسكري بين دولة الاحتلال والإمارات".



الصورة رقم 19: لقطة شاشة بتاريخ 22 تشرين الأول 2020 كمثل على "التعايش والسلام وقبول الآخر".

1.3.4 الأطر المستخدمة في صفحة إسرائيل في الخليج

بهدف الإجابة عن السؤال المتعلقة بأنواع الأطر المستخدمة في حساب "إسرائيل في الخليج" خلال المدة الزمنية المحددة في الدراسة، أي قبل توقيع اتفاقية أبراهام من 13 حزيران حتى 13 آب 2020، ومن الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه من 14 آب حتى 15 أيلول 2020، وبعد توقيع الاتفاق من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للأطر الإعلامية التي تم الاعتماد عليها من قبل حساب "إسرائيل في الخليج" على "تويتر" لعينة الدراسة كما هو مبين في الجداول المرفقة، وتقسّمها إلى ثلاثة أقسام على النحو الآتي:

1.1.3.4 الأطر المستخدمة قبل توقيع اتفاقيات السلام الإبراهيمي من تاريخ 13 حزيران حتى

تاريخ 14 آب 2020

لمعرفة أنواع الأطر المستخدمة قبل توقيع اتفاقيات السلام الإبراهيمية، قام الباحث بتحليل التغريدات المحددة كعينة للبحث قبل الاتفاق وعددها 60 تغريدة، ولاحظ استخدام أكثر من إطار في بعض المنشورات، وأن إطار الاهتمامات الإنسانية هو الإطار الأكثر استخداماً، تلاه الإطار الاستراتيجي، ثم إطار النتائج الاقتصادية، وبعد ذلك إطارا المبادئ الأخلاقية، وأخيراً إطار الصراع، كما هو مبين في الجدول رقم 4.

الجدول رقم (4): الأطر المستخدمة في حساب "إسرائيل في الخليج" قبل التوقيع على اتفاق السلام

الإبراهيمي من 13 حزيران حتى 14 آب 2020

الرقم	نوع الإطار	التكرارات	النسبة	الترتيب
1.	المحدد بقضية	0	00	0
2.	العام	0	00	0
3.	الاستراتيجي	21	32.3	2
4.	الاهتمامات الإنسانية	23	35.3	1
5.	النتائج الاقتصادية	19	29.3	3
6.	المسؤولية	0	00	0
7.	الصراع	2	3.1	5
8.	المبادئ الأخلاقية	10	15.3	4
المجموع		65	110%	

* لاحظ أن تكرار الأطر يفوق التغريدات المحللة في هذه الدراسة، حيث أن بعض التغريدات اشتملت على أكثر من إطار.

يوضح الجدول رقم 4 التكرارات والنسب المئوية لأبرز الأطر التي استخدمها حساب "إسرائيل في الخليج" في التقرب من الشعوب الخليجية، وحلَّ إطار الاهتمامات الإنسانية في مقدمة الأطر التي استخدمها الحساب بنسبة 35.3%، حيث ركز على تقديم دولة الاحتلال في ثوب إنساني محب للآخرين متسامح دينياً معهم، يقدم مساعدات للشعوب المحتاجة، يسعى من أجل رفاهية البشرية. تلاه الإطار الاستراتيجي بنسبة 32.3% حيث قدمت دولة الاحتلال نفسها أنها دولة ضخمة لديها إنجازات كثيرة في مختلف المجالات العلمية والتكنولوجية والطبية والعسكرية وتقدم خبراتها لمختلف دول العالم من شرقه إلى غربه ومن شماله إلى جنوبه.

وحل بالمرتبة الثالثة إطار النتائج الاقتصادية بنسبة 29.3% الذي عرض موضوعات متعلقة من فوائد العلاقات مع دولة الاحتلال، وأهمية السلام في تحقيق الرفاه في المنطقة، ومكاسب اقتصادية لكل الأطراف في مختلف المجالات.

وحل إطار المبادئ الأخلاقية في المرتبة الرابعة، إذ عرضت دولة الاحتلال السياق الأخلاقي والقيمي لمجتمعها وحاولت تعريف الجمهور الخليجي على هذا السياق من خلال موضوعات كانت تنشرها على حساب "إسرائيل في الخليج"، وحاولت تعريف المتابعين بالمبادئ الراسخة لها وجذورها في "أرض الميعاد"، واعتمدت على اقتباسات وأدلة دينية من التوراة والقرآن. وأخيراً، ظهر إطار الصراع بنسبة منخفضة لم تتجاوز 3.1% وتعلق ذلك بمنشورات لها علاقة بإيران أو ما تسميه "الحركات الإرهابية في الشرق الأوسط"، في إشارة إلى حزب الله وحماس.

2.1.3.4 الأطر المستخدمة من الإعلان عن اتفاقيات السلام الإبراهيمي بتاريخ 14 آب حتى

تاريخ 15 أيلول 2020

لمعرفة أنواع الأطر المستخدمة منذ الإعلان عن توقيع الوصول لاتفاق سلام في 14 آب 2020 حتى توقيعه في 15 أيلول 2020 قام الباحث بتحليل التغريدات المحددة كعينة للبحث قبل الاتفاق وعددها 73 تغريدة، ولاحظ الباحث استخدام إطارين فقط خلال المدة المحددة، وهما الإطار المحدد بقضية، وإطار النتائج الاقتصادية، كما هو مبين في الجدول رقم (5).

الجدول رقم (5): الأطر المستخدمة من الإعلان عن اتفاقيات السلام الإبراهيمي بتاريخ 14 آب حتى تاريخ 15 أيلول 2020.

الترتيب	النسبة	التكرارات	نوع الإطار	الرقم
1	56.1	41	المحدد بقضية	-1
	00	00	العام	-2
	00	00	الاستراتيجي	-3
	00	00	الاهتمامات الإنسانية	-4
2	49.3	36	النتائج الاقتصادية	-5
	00	00	المسؤولية	-6
	00	00	الصراع	-7
	00	00	المبادئ الأخلاقية	-8
	105.4%	77	المجموع	

* لاحظ أن تكرار الأطر يفوق التغريدات المحللة في هذه الدراسة، حيث إن بعض التغريدات اشتملت على أكثر من إطار.

يظهر الجدول رقم 5 التكرارات والنسب المئوية لأبرز الأطر التي استخدمها حساب "إسرائيل في الخليج" من الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه، فلم يستخدم الحساب سوى إطارين: الأول المحدد

بقضية وهي قضية الاتفاق وتفاصيله وكل ما يتعلق بتوقيعه بين الدول الموقعة عليه، والثاني قضية النتائج الاقتصادية الكبيرة التي ستجنيها الدول الموقعة على الاتفاقيات والتعاون والتأثير المتوقع على الشعوب الموقعة.

3.1.3.4 الأطر المستخدمة بعد توقيع اتفاقيات السلام الإبراهيمي من تاريخ 16 أيلول حتى

تاريخ 13 تشرين الثاني 2020

لمعرفة أنواع الأطر المستخدمة من الإعلان بعد التوقيع على اتفاق السلام الإبراهيمي في 15 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020 قام الباحث بتحليل التغريدات المحددة كعينة للبحث قبل الاتفاق وعددها 150 تغريدة، وكان الإطار الأكثر استخداماً هو الإطار المحدد بقضية، تلاه إطار النتائج الاقتصادية، ثم الإطار الاستراتيجي وإطار المبادئ الأخلاقية، كما هو مبين في الجدول رقم (6):

الجدول رقم (6): الأطر المستخدمة في حساب "إسرائيل في الخليج" بعد التوقيع على اتفاق السلام الإبراهيمي من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020.

الترتيب	النسبة	التكرارات	نوع الإطار	الرقم
1	74	111	المحدد بقضية	-1
	00	00	العام	-2
3	8	12	الاستراتيجي	-3
00	00	00	الاهتمامات الإنسانية	-4
2	20.6	31	النتائج الاقتصادية	-5
00	00	00	المسؤولية	-6
00	00	00	الصراع	-7
4	6	9	المبادئ الأخلاقية	-8
	%108.6	163	المجموع	

* لاحظ أن تكرار الأطر يفوق التغريدات المحللة في هذه الدراسة، حيث إن بعض التغريدات اشتملت على أكثر من إطار.

وجاء الإطار المحدد بقضية الأكثر استخداماً بنسبة 74% إذ إن مجمل التغريدات تحدثت عن ثلاث قضايا محددة وهي إظهار التطبيع الشعبي بين الجمهور الخليجي ودولة الاحتلال، وإظهار التطبيع الرسمي بين المستوى السياسي في الدول المطبوعة ودولة الاحتلال في مختلف دول العالم من خلال اللقاءات بين السفراء والمسؤولين والوزراء في الدولتين، والتركيز على الدول العربية الأخرى التي ستوقع قريباً اتفاقات سلام جديدة مع دولة الاحتلال.

تلا ذلك إطار النتائج الاقتصادية بنسبة 20.6% وركز على النتائج الاقتصادية التي ستجنحها وبدأت تجنيها الدول الموقعة على اتفاقيات السلام بالفعل والتعاون في مجال الزراعة والطيران والنقل والتجارة وغيرها. ثم الإطار الاستراتيجي بنسبة 3% وركز على تفوق إسرائيل وتعاونها العسكري الذي بدأ يظهر بشكل علني مع الدول المطبوعة، وأخيراً إطار المبادئ الأخلاقية بنسبة 6% الذي ركز على قيم إسرائيل وسعيها للتعايش وقبول الآخر.

2.3.4 الأطر التفصيلية الاستنباطية:

1,2,3,4 تأطير دولة الاحتلال لنفسها في حساب "إسرائيل في الخليج"

ويهدف هذا القسم من التحليل للإجابة عن أنواع الأطر التفصيلية المستنبطة التي صورت بها دولة الاحتلال نفسها، وكيف قدمت الإسرائيلي للخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج"، خلال المدة الزمنية المحددة في الدراسة فقد تم استخراج التكرارات والنسبة المئوية للأطر الإعلامية التفصيلية المستنبطة من عينة التحليل وهي 283 تغريدة قبل توقيع الاتفاق وفي أثنائه وبعده، حيث صورت نفسها للخليجيين قبل الاتفاق بأنها إنسانية وتقبل الآخر وهي دولة تعايش، ورائدة في مختلف المجالات، ووجهة سياحية للخليجيين وتسعى للتعاون معهم.

كما صورت نفسها أثناء الاتفاق بأنها حققت إنجازات تاريخية للإسرائيليين، وهي جادة من أجل السلام وتنبذ الحرب، وهي دولة طبيعية في الشرق الأوسط تشبه الدول العربية ويمكن السلام معها، فيما صورت نفسها أنها بعد الاتفاق أصبحت معنية بتطوير التعاون الاقتصادي مع الخليج، وتسعى لتحقيق السلام وبأنها ليست عدوة للعرب، إضافة إلى إظهار نفسها على أنها دولة سياحية وتقبل الآخر وتضم عرباً، ودولة رائدة تكنولوجياً وطبياً وعسكرياً.

2.2.3.4 تأطير دولة الاحتلال لنفسها قبل الاتفاق من تاريخ 13 حزيران حتى تاريخ 14 آب

2020: إطار "التعايش والتفوق العلمي"

من خلال رصد وتحليل التغريدات المحددة في البحث عبر حساب "إسرائيل في الخليج" يبدو جلياً أن دولة الاحتلال أطرت نفسها على أنها دولة تفوق علمي ودولة رائدة في مختلف المجالات، كذلك أطرت نفسها على أنها دولة تعايش ودولة إنسانية، وأطرت نفسها على أنها دولة سياحية مميزة على مستوى المنطقة كما يوضح الجدول رقم (7).

الجدول رقم (7): الأطر التفصيلية المستتبطة من حساب "إسرائيل في الخليج" قبل التوقيع على اتفاق

السلام الإبراهيمي من 13 حزيران حتى 14 آب 2020

الرقم	الإطار	التكرارات	النسبة المئوية
	دولة إنسانية ودولة تعايش وقبول للآخرين	24	40
	دولة رائدة في مختلف المجالات	16	26.6
	دولة سياحية متميزة على مستوى المنطقة	12	20
	دولة تسعى لتحقيق التعاون مع الخليج	8	13.4
	المجموع	60	%100

يظهر الجدول رقم (7) أن دولة الاحتلال قبل الإعلان عن اتفاقيات السلام بين الإمارات كان تركيزها الأساسي على إظهار إطار تفوقها العلمي ودورها الإنساني ودورها القائم على التعايش وتقبل الآخرين بمختلف أديانهم ومذاهبهم، وأنها واحة للديمقراطية والسلام في الشرق الأوسط، وذلك بواقع 40% من مجموع المنشورات التي كانت تتناول هذا الموضوع خلال المدة المحددة للبحث على سبيل المثال (انظر الصورتين رقم 20 و 21)، تتحدث الصورة 20 عن صلاة يظهر فيها مسلم ومسيحي يصليان في نفس المكان وكتب عليها "مشهد حي يعكس نهج التعايش الإسرائيلي بين الأديان - يحدث فقط في إسرائيل".

وفي الصورة رقم 21 يصف مدينة عكا المحتلة بأنها مثال للتعايش والسلام، وأنها وجهة السياح من مختلف دول العالم تتعايش فيها جميع الأديان جنباً إلى جنب. تلا ذلك تصوير دولة الاحتلال لنفسها بأنها رائدة في مختلف المجالات بواقع 26.6% من مجموع المنشورات خلال المدة نفسها، حيث تم عرض الإنجازات العلمية لدولة الاحتلال والتي تقدم للبشرية جمعاء. شاهد (الصورتين رقم 22 و 23)، حيث يظهر في الصورة 22 مشهداً لتطوير نوع من الصمغ الطبي بديلاً عن استخدام الخيط في إغلاق الجروح، ومشهد آخر لعقار جديد يعالج حالات خطيرة لكورونا خلال ثلاثة أيام، والصورة 23 يظهر اختراعاً إسرائيلياً للصم، وكتب عليه: "منح الصوت لمن لا صوت له.. هدف وفكرة eye control اختراع إسرائيل يتيح التواصل بالاعتماد على ردة فعل صوتي عن طريق حركات العين".

كما صورت دولة الاحتلال نفسها بأنها الوجهة الأمثل للخليجيين للسياحة، ودعتهم لزيارة الأماكن السياحية فيها (انظر الصورة رقم 24)، وتظهر الصورة شخصاً يستجم في البحر الميت وكتب عليها "هل تعرفون ما هي أسرار البحر الميت؟ نرجو أن تمنح لكم، سكان الخليج، الفرصة بزيارته والسباحة العلاجية فيه". تلا ذلك تصوير دولة الاحتلال بأنها تسعى لتحقيق التعاون مع دول

الخليج في مختلف المجالات، خصوصا الإمارات (انظر الصورة رقم 25) التي تظهر تعاوناً بين شركات إماراتية ودولة الاحتلال لمكافحة كورونا.



الصورة 20: لقطة شاشة بتاريخ 12 حزيران 2020 كمثال على "الحرية الدينية".



الصورة 21: لقطة شاشة بتاريخ 12 آب لمدينة عكا كمثال على "التعايش وقبول الآخر".



الصورة رقم 22: لقطة شاشة بتاريخ 4 آب لاختراعين كمثال على أن "دولة الاحتلال تخدم البشرية
 ورائدة في مختلف المجالات".



الصورة رقم 23: لقطة شاشة كمثال على "إنجازات دولة الاحتلال العلمية".



الصورة رقم 24: لقطة شاشة بتاريخ 18 حزيران 2020 كمثال لدولة الاحتلال تصور نفسها مكان أمثل لسياحة الخليجيين.



الصورة رقم 25: لقطة شاشة بتاريخ 2 تموز 2020 كمثال على التعاون العلمي والطبي مع دول الخليج.

3.2.3.4 تأطير دولة الاحتلال لنفسها منذ الإعلان عن الاتفاق في 14 آب حتى توقيعه في 15

أيلول 2020: إطار السعي للسلام

من خلال رصد وتحليل التغريدات المحددة في البحث عبر حساب "إسرائيل في الخليج"، منذ الإعلان عن الاتفاق في 14 آب حتى توقيعه في 15 أيلول 2020، أظهر تحليل الأطر التفصيلية أن دولة الاحتلال أطرت نفسها في إطار "السعي للسلام"، وصورت نفسها بأنها تتبذ الحرب وتسعى للسلام، وأن اتفاق أبراهام هو انجاز كبير لها، وأنها دولة جادة في تحقيق السلام، وأن هناك أموراً كثيرة مشتركة مع دولة الإمارات، كما يوضح الجدول رقم (8).

الجدول رقم (8): الأطر التفصيلية المستنبطة من حساب "إسرائيل في الخليج" من الإعلان حتى التوقيع على اتفاق السلام؛ أي من 14 آب 2020 حتى 15 أيلول 2020.

الرقم	الإطار	التكرارات	النسبة
1.	إنجاز إسرائيلي تاريخي لدولة الاحتلال	34	46.5
2.	جدية دولة الاحتلال في العمل من أجل السلام	19	26
3.	دولة الاحتلال تتبذ الحرب وتسعى للسلام	16	21.9
4.	إسرائيل تشبه الإمارات في مختلف المجالات	4	5.6
	المجموع	73	100

يظهر الجدول (8) أن دولة الاحتلال منذ الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه استخدمت أربعة أطر لنفسها يمكن تلخيصها في سياق السعي للسلام، أي قدمت نفسها بأربع صور للخليجين، الأولى أن السلام هو إنجاز تاريخي لدولة الاحتلال وسعت له منذ فترة طويلة وهي سعيدة جداً بتحقيقه، وهذه جاءت بواقع 46.5% من مجموع التغريدات خلال المدة المحددة (انظر الصورة رقم 26)، والتي تظهر تصريحاً لرئيس وزراء دولة الاحتلال في حينه بنيامين نتنياهو، ويتحدث عن أن "اتفاق السلام

التاريخي مع الإمارات يشمل العلاقات الدبلوماسية الكاملة وتبادل السفرات واستثمارات مشتركة وواسعة وعلاقات تجارية وسياحة طيران ورحلات جوية مباشرة".

تلا ذلك تصوير نفسها بأنها دولة جادة في تحقيق السلام والعمل من أجله، وسوف تكون اتفاقيات السلام مع الإمارات والبحرين مثلاً لجدية دولة الاحتلال في التعامل مع الدول المطبوعة معها وهذه جاءت بواقع 26% من مجموع التغريدات (انظر الصورة رقم 27)، وفيها كتاب "إسرائيل على راحة يدك ... أنت مدعو لزيارة إسرائيل وهي دولة تقبل الآخر وتسعى للسلام وجذورها ضاربة في التاريخ". وصورت دولة الاحتلال نفسها بأنها دولة تنبذ العنف وليس كما يتم تصويرها، في إشارة إلى عنفها ضد الفلسطينيين وهذه جاءت بواقع 21.9%.

وتظهر الصورة (انظر الصورة رقم 28) مبادرة لامرأتين؛ إماراتية وإسرائيلية ترأسان تجمعاً دولياً لتعزيز السلام تحت شعار (السلام يبدأ في الداخل). وأخيراً صورت دولة الاحتلال نفسها خلال الاتفاق بأنها دولة طبيعية تشبه الإمارات والبحرين ويمكن أن يكون السلام مثمراً معهما (انظر الصورة رقم 29) وهو مشهد مقسوم لقسمين لمدينتي دبي وتل أبيب ويظهر أوجه التشابه بينهما.



الصورة رقم 26: لقطة شاشة بتاريخ 14 آب 2020 كمثال على اعتبار دولة الاحتلال اتفاقيات السلام انجازاً تاريخياً.



الصورة رقم 27: لقطة شاشة بتاريخ 25 آب 2020 كمثال على "جدية دولة الاحتلال في العمل من أجل السلام".



الصورة رقم 28: لقطة شاشة بتاريخ 31 آب 2020 كمثال على "سعي دولة الاحتلال للسلام وقبول الآخر".



الصورة رقم 29: لقطة شاشة بتاريخ 13 آب كمثال على "التشابه بين الإمارات ودولة الاحتلال".

4.2.3.4 تأطير دولة الاحتلال لنفسها بعد الاتفاق من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020:

إطار "التعاون الاقتصادي"

من خلال رصد وتحليل التغريدات المحددة في البحث عبر حساب "إسرائيل في الخليج"، بعد توقيع اتفاقيات أبرهام للسلام، أي من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020، أظهر تحليل الأطر التفصيلية وبرز إطار "التعاون الاقتصادي" بين الخليج ودولة الاحتلال، وأن دولة الاحتلال صورت نفسها للخليجيين بأنها دولة تسعى لتطوير التعاون الاقتصادي مع دول الخليج، وهي دولة تسعى للسلام وليست عدوة للعرب، وهي بلد سياحي يقبل الآخر ويضم عرباً، ودولة رائدة في التكنولوجيا والطب وفي المجالات العسكرية، وفق ما يوضح الجدول رقم (9)

الجدول رقم (9): الأطر التفصيلية المستتبطة من حساب "إسرائيل في الخليج" بعد توقيع اتفاق

السلام أي من 15 أيلول 2020 حتى 13 تشرين الثاني 2020

الرقم	الإطار	التكرارات	النسبة
1-	دولة الاحتلال معنية بتطوير التعاون الاقتصادي مع الخليج	53	35.3
2-	دولة الاحتلال رائدة تكنولوجياً وطبياً وعسكرياً	39	26
3-	دولة الاحتلال بلد سياحي ويقبل الآخر ويضم عرباً	33	22
4-	دولة الاحتلال تسعى لتحقيق السلام وليست عدوة للعرب	25	16.7
	المجموع	150	100%

يظهر الجدول رقم (9) أن إسرائيل أطرت نفسها بعد توقيع الاتفاق على أنها دولة معنية بتطوير التعاون الاقتصادي مع الخليج حيث أظهرت صوراً لتبادل المنتجات الزراعية والصناعية وتبادل رحلات الطيران وغيرها، بنسبة تكرارات تتجاوز 35.3% (انظر الصورة رقم 30)، التي تشير لوصول البضائع الإسرائيلية للأسواق الإماراتية.

تلا ذلك عدد تكرارات وصل إلى 26% من مجموع عينة التحليل، حيث صورت دولة الاحتلال نفسها بعد الاتفاق بأنها دولة تحتضن التطور تكنولوجياً وعسكرياً وطبياً (انظر الصورة رقم 31)، وفيها يظهر معرض خاص بمنتجات الفضاء أقيم في مطار بن غوريون خلال زيارة وفد إماراتي لدولة الاحتلال لإدراك التطور الذي وصلت إليه. تلا ذلك تصوير دولة الاحتلال لنفسها بأنها بلد سياحي يقبل الآخر ويضم عرباً وهو بلد سياحي ومتطور بنسبة تكرارات وصل إلى 22% (انظر الصورة رقم 32)، حيث تظهر فتيات يرفعن أيديهن للسلام ويقلن "صباح الخير سكان الخليج من دولة إسرائيل". وأخيراً صورت دولة الاحتلال نفسها بأنها تسعى للسلام وليست عدوة للعرب بواقع

16.7% (انظر الصورة رقم 33) حيث كتب على صورة لمشهد عام في دولة الاحتلال "إسرائيل ليست هي المشكلة بل جزء من الحل".



الصورة رقم 30: لقطة شاشة بتاريخ 7 تشرين الثاني 2020 كمثال على "سعي دولة الاحتلال لتطوير التعاون الاقتصادي مع الخليج".



الصورة رقم 31: لقطة شاشة بتاريخ 20 تشرين الأول 2020 كمثال على أن "دولة الاحتلال رائدة تكنولوجيا وطبيا وعسكريا".



الصورة رقم 32: لقطة شاشة بتاريخ 15 تشرين الأول 2020 كمثال على أن دولة الاحتلال بلد سياحي ويقبل الآخر.



الصورة رقم 33: لقطة شاشة بتاريخ 3 تشرين الأول كمثال على أن دولة الاحتلال تسعى لتحقيق السلام وليست عدوة للعرب.

3.3.4 تأطير دولة الاحتلال للمواطنين الخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج":

يهدف هذا الجزء من التحليل إلى الإجابة عن أنواع الأطر التفصيلية المستتبطة التي صورت بها دولة الاحتلال الخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج"، خلال المدة الزمنية المحددة في الدراسة، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للأطر الإعلامية التفصيلية المستتبطة من عينة التحليل المكونة من 283 تغريدة قبل توقيع الاتفاق وفي أثنائه وبعده، حيث صورت الخليجيين قبل الاتفاق من 13 حزيران حتى 14 آب 2020 بأنهم يعيشون في دولة متقدمة، وهم طيبون ومحبون للسلام، وبلاهم بلاد تسامح وبلاد جميلة، فيما صورت الخليجيين منذ الإعلان عن الاتفاق في 14 آب حتى 15 أيلول وهو يوم التوقيع عليه على أنهم متلهفون لزيارة دولة الاحتلال، وهم شركاء حقيقيون في السلام، فيما صور الحساب الخليجيين بعد الاتفاق أي من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020، على أن الدول الخليجية معتدلة وداعمة للسلام، ومهمة بزيارة دولة الاحتلال وذكية ومتطورة.

1.3.3.4 تأطير دولة الاحتلال للخليجي قبل الاتفاق من تاريخ 13 حزيران حتى تاريخ 14 آب

2020: إطار "الخليج المتسامح"

من خلال رصد وتحليل التغريدات المحددة في البحث عبر حساب "إسرائيل في الخليج" يبدو جلياً أن دولة الاحتلال أطرت الخليجي قبل اتفاق أبراهام للسلام بإطار "الخليج المتسامح" وصورت الخليجيين بأنهم شعوب يعيشون في دول متقدمة علمياً وصحياً وتكنولوجياً، وهم طيبون ومحبون للسلام ومقبولون ومرحب بهم في دولة الاحتلال، وأن الخليج هي بلاد تسامح وبلاد جميلة، حيث تبين وجود 18 منشوراً من أصل 60 منشوراً تتحدث عن الخليجيين وعن تفاصيل حياتهم ودولهم بشكل عام، تركزت حول الإمارات والسعودية وعمان والبحرين، كما يوضح الجدول رقم (10).

الجدول رقم (10): الأطر التفصيلية المستتبطة للخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج" قبل التوقيع على اتفاق السلام الإبراهيمي من 13 حزيران حتى 14 آب 2020.

الرقم	الموضوع	التكرارات	النسبة
	الدول الخليجية متقدمة علمياً وصحياً وتكنولوجيا	8	44.5
	الخليجيون طيبون ويحبون السلام ومقبولون في دولة الاحتلال	8	44.5
3.	الخليج بلاد جميلة وبلاد تسامح	2	11
	المجموع	18	100%

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن الحساب يقدم صورة لجمهوره الخليجي مفادها أن دولهم متقدمة علمياً مثل دولة الاحتلال وهي دولة تطلق أقماراً اصطناعية للفضاء وتتمتع ببنية تحتية متقدمة علمياً وصحياً بواقع 44.5%، انظر (الصورة رقم 34)، التي توضح إطلاق الإمارات مسباراً للمريخ وكتب عليها "مسبار الامل اسم على مسمى... من إسرائيل نبارك وتتمنى النجاح للإمارات لإطلاق اول مبادرة عربية تاريخية للمريخ". كما قدم الخليجيون على أنهم شعوب محبة للسلام وشعوب متطورة ولطيفة ومقبولون لدى الشعب الإسرائيلي بواقع 44.5% (انظر الصورة رقم 35)، والتي تظهر مواطنين عرباً في إسرائيل يرحبون بالخليجيين ويدعونهم للزيارة إسرائيل. وأخيراً صورت الخليجيون بأنهم يعيشون في بلاد يملؤها التسامح وهي بلاد جميلة، جاء ذلك بواقع 11 % من مجموع التغريدات المبحوثة، (انظر الصورة رقم 36)، التي تظهر منظرًا طبيعيًا وإفطاراً سعودياً وكتب على الصورة "تخيل أن تبدأ صباحك هنا.. روح السعودية".



الصورة رقم 34: لقطة شاشة بتاريخ 20 حزيران 2020 كمثال على "تصوير دول الخليج بأنها متقدمة في المجالات كافة".



الصورة رقم 35: لقطة شاشة بتاريخ 16 حزيران كمثال على أن "الخليجيين مقبلون في دولة الاحتلال ومرحب بهم".



الصورة رقم 36: لقطة شاشة بتاريخ 24 حزيران 2020 كمثال على أن "الخليج بلاد جميلة وبلاد تسامح".

2.3.3.4 تأطير دولة الاحتلال للخليجي من الإعلان عن الاتفاق في 14 آب 2020 حتى توقيعه

في 15 أيلول 2020: إطار "الخليج الشريك في السلام"

من خلال البيانات التي تم تحليلها والبالغ عددها 73 منشوراً في حساب "إسرائيل في الخليج"، تبين وجود 25 منشوراً يتعلق بتأطير دولة الاحتلال للخليجيين وظهر جلياً إطار "الخليج الشريك بالسلام"، وتركزت المنشورات حول ثلاث دول في تلك المدة، وهي: السعودية والإمارات والبحرين.

واستتبط الباحث إطارين وهما، أولاً: أن الخليجيين متلهفون لزيارة دولة الاحتلال، إذ إن أغلب المنشورات كانت تصور الخليجيين بأنهم متلهفون لزيارة دولة الاحتلال وذلك من خلال إعادة نشر تغريدات لهم على "تويتر" حول السلام أو مقابلات لصحفيين إسرائيليين ومحطات إسرائيلية في الإمارات، ثانياً: أن دولة الاحتلال صورت الخليجيين بأنهم شركاء حقيقيون في السلام، وأن بلادهم بلاد سلام، كما يوضح الجدول رقم (11).

الجدول (11): الأطر التفصيلية المستتبطة للخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج" من إعلان اتفاق أبراهام في 14 آب حتى توقيعها في 15 أيلول 2020.

الرقم	الإطار	التكرارات	النسبة
1-	الخليجيون متلهفون لزيارة دولة الاحتلال	16	61.6
2-	الخليجيون شركاء حقيقيون في السلام	10	38.4
	المجموع	26	%100

يصور الجدول رقم (11) الخليجيين وفق حساب "إسرائيل في الخليج" بأنهم متلهفون لزيارة دولة الاحتلال، و ينتظرون توقيع اتفاقيات السلام بفارغ الصبر للتمتع بالسياحة فيها، سواء السياحة الدينية أو سياحة الترفيه بحسب استطلاع للرأي نشر على الحساب (انظر الصورة رقم 37)، التي تظهر تصريحات لخليجيين يتلهفون لزيارة دولة الاحتلال. كما تركزت التغريدات في تلك المدة على مدح القيادات الخليجية الموقعة على اتفاقات أبراهام وأنها شريكة في السلام بشكل حقيقي، وذلك بواقع 38.4% من مجموع التغريدات، (انظر الصورة رقم 38) والتي يظهر فيها ضاحي خلفان يتحدث في فيديو عن "ثمار السلام الشامل المرتقبة بين إسرائيل والإمارات ويكتب فيها "يهنا أمن المواطن الإسرائيلي". "قرص عمل تنظر عرب إسرائيل شاهدوا مقتطفات من الفيديو".



الصورة رقم 37: لقطة شاشة بتاريخ 14 آب 2020 كمثال على أن الخليجيين يتلهفون لزيارة دولة الاحتلال.



الصورة رقم 38: لقطة شاشة بتاريخ 25 آب 2020 كمثال على أن القيادات الخليجية شريكة حقيقية في السلام.

3.3.3.4 تأطير دولة الاحتلال للخليجي بعد توقيع اتفاق أبراهام من تاريخ 16 أيلول حتى 13

تشرين الثاني 2020: إطار "الخليج المعتدل الداعم للسلام"

من خلال دراسة العينة البحثية الخاصة بحساب "إسرائيل في الخليج بعد توقيع اتفاقيات السلام الإبراهيمي تبين وجود 42 منشوراً من أصل 150 (هي حجم العينة) توطر الخليجيين وتتحدث عنهم، وتظهر التركيز على إطار الخليج "المعتدل" الداعم للسلام، ويصور "الحساب" الدول الخليجية بأنها معتدلة وداعمة للسلام، ومهتمة بزيارة دولة الاحتلال وذكية ومتطورة، كما يوضح الجدول رقم (12).

جدول (12): الأطر التفصيلية المستنبطة للخليجيين في حساب "إسرائيل في الخليج" بعد اتفاق ابراهام من تاريخ 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020.

الرقم	الموضوع	التكرارات	النسبة
1.	الدول الخليجية دول معتدلة وداعمة للسلام	30	68.5
2.	الشعوب الخليجية ذكية ومتطورة مثل دولة الاحتلال	7	16.6
3.	الشعوب الخليجية مهتمة بزيارة دولة الاحتلال	5	11.9
	المجموع	42	%100

يظهر الجدول رقم (12) أن دولة الاحتلال صورت الخليجيين بعد اتفاقيات السلام الإبراهيمية بأنهم شعوب معتدلة ويدعمون اتفاقيات السلام ويرحبون بها، بنسبة تكرارات وصلت إلى 68.5 % من مجموع التكرارات المبحوثة، ومثال ذلك (انظر الصورة رقم 39)، حيث تصف الصورة "الاتفاق التاريخي" بأنه يشكل فجراً للسلام، وتظهر خليجياً بلباس تقليدي يقول "هذا سلام بين الشعوب"، وتلا ذلك تصوير الشعوب الخليجية بأنها متطورة وذكية مثل دولة الاحتلال بواقع 16.6% ومثال ذلك (انظر الصورة رقم 40)، والتي تحتوي على نص كتبه وزير الخارجية الإماراتي عبد الله بن زايد لدى زيارته إلى متحف "الهولوكوست في ألمانيا، ويقول إن "التسامح كان محركاً للمسيرة التنموية

في بلاده"، فيما تلا ذلك تصوير الخليجيين بأنهم شعوب يهتمون بزيارة دولة الاحتلال بنسبة 11.9% (انظر الصورة رقم 41)، التي يتحدث فيها مواطن خليجي ويقول: "ما يربطنا ويجمعنا أكثر ما يفرقنا.. شهر مر على اتفاقية السلام... شهر من البدايات الجديد والتعاون لمستقبل أفضل".



الصورة رقم 39: "لقطة شاشة بتاريخ 20 أيلول 2020 كمثال على أن الدول الخليجية معتدلة وداعمة للسلام".



الصورة رقم 40: "لقطة شاشة في 7 تشرين الأول 2020 كمثال على أن الشعوب الخليجية قريبة من إسرائيل".



الصورة رقم 41: "لقطة شاشة في 15 تشرين الأول 2020 كمثال على أن الشعوب مهمة بزيارة دولة إسرائيل".

4.3.4 تأطير دولة الاحتلال للفلسطينيين في الضفة وغزة في حساب "إسرائيل في الخليج"

يستعرض هذا الجزء من التحليل كيفية تقديم دولة الاحتلال للفلسطينيين في منشوراتها قبل اتفاقية أبراهام؛ أي من تاريخ 13 حزيران حتى 13 آب 2020 ومن الإعلان عن الاتفاق أي بتاريخ 14 آب 2020 حتى توقيع في 15 أيلول 2020، وبعد توقيع الاتفاقية؛ أي من 16 حزيران حتى 13 تشرين الثاني 2020، لمعرفة كيف صور حساب "إسرائيل في الخليج" الفلسطينيين في تلك المدة وكيف ظهروا في عيون الإسرائيليين، حيث اعتبرت المدن والمعالم الفلسطينية أنها إسرائيلية ودعت الخليجيين لزيارتها ضمن زيارة دولة الاحتلال. وخلال الاتفاق، تحدثت دولة الاحتلال عن معاهدات السلام مع الدول العربية سابقا وهي مصر والأردن، ولم تذكر الفلسطينيين مطلقاً، وبعد الاتفاق لم تتطرق للفلسطينيين مطلقاً، وأظهرت العرب الفلسطينيين داخل دولة الاحتلال بأنهم يعيشون بسلام مع الإسرائيليين ويتمتعون برخاء العيش.

1.4.3.4 تأطير دولة الاحتلال للفلسطينيين بالضفة وغزة قبل الاتفاق من 13 حزيران حتى 14

آب 2020: إطار يقوم على إخفاء الفلسطيني وعدم ذكره مطلقاً

لم يأتِ حساب "إسرائيل في الخليج" على ذكر أي منشور يتعلق بفلسطين أو الفلسطينيين بشكل مباشر خلال المدة الخاصة بالبحث من 13 حزيران 2020 حتى 13 آب من العام نفسه. وخلال 60 منشوراً جرى دراستها، لم يذكر "الحساب" الفلسطينيين قط في أي منشور، وربما حاول الاحتلال إخفاء كل ما يتعلق بجمهور حساب "إسرائيل في الخليج" عن جمهوره، ولم يتطرق لأية منشورات متعلقة بالفلسطينيين.

لكن بالمقابل، ذكر الحساب أسماء مناطق فلسطينية على أنها إسرائيلية خلافاً لاتفاق أوسلو للسلام مثل دعوة الخليجيين لزيارة القدس، أو زيارة البحر الميت، أو زيارة بعض المعالم الدينية الإسلامية الفلسطينية، على أنها معالم سياحية ودينية خاصة بدولة الاحتلال. وبذلك لم يظهر الفلسطينيون بأي تأطير في هذا الحساب ولم يرد ذكرهم، وتم تجاهل القضية الفلسطينية تماماً، ومثال ذلك (الصور رقم 42) حيث يظهر عازفون إسرائيليون قرب باب الخليل (أحد أبواب القدس القديمة) يعزفون، وتحدث الصورة عن الحياة الثقافية في "القدس عاصمة إسرائيل".



الصورة رقم 42: "لقطة شاشة بتاريخ 29 حزيران 2020 تظهر تجاهل الفلسطينيين وإظهار مناطق فلسطينية بأنها إسرائيلية".

1.4.3.4 تأطير دولة الاحتلال للفلسطينيين بالضفة وغزة من الإعلان عن الاتفاق في 14 آب

حتى توقيعه في 15 أيلول 2020: إطار تجاهل دور الفلسطيني في تحقيق السلام

أطرت دولة الاحتلال نفسها على أنها تسعى للسلام وأنها وقعت اتفاقيات مع دولتين عربيتين في السابق وهما مصر والأردن، ولم تتحدث عن اتفاقية أوسلو للسلام التي وقعتها مع الفلسطينيين خلال تلك المدة أيضاً كما قبل الاتفاق، ويمكن الحديث عن تجاهل دور الفلسطيني في تحقيق السلام كعنوان لتحليل المدة المحددة.

وعندما كانت تتحدث عن السلام كانت تتجاهل الفلسطينيين تماماً، إلا بالتطرق إلى أن الإمارات منعت مساعي دولة الاحتلال من ضم الضفة الغربية إليها في إطار اتفاقية السلام، وتم تقديم مدن ومواقع سياحية فلسطينية على أنها مدن ومواقع سياحية إسرائيلية، ومثال ذلك (الصورة رقم 43): تظهر الصورة مشاركة منشورات لخليجيين يتباحون بأن اتفاقيات أبراهام للسلام حافظت على الضفة الغربية من الضم.



الصورة رقم 43: "لقطة شاشة بتاريخ 14 آب 2020 كمثل على تجاهل الفلسطينيين واتفاقية أوصلو الموقعة معهم".

2.4.3.4 تأطير دولة الاحتلال للفلسطينيين بعد اتفاق أبراهام من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020: إطار "تجاهل دور الفلسطينيين في حماية السلام وتحقيقه"

لم يتطرق حساب "إسرائيل في الخليج" مطلقاً للفلسطينيين، ولم يأت على تأطيرهم، لكنه تطرق للدول المتضررة من السلام، وذكر إيران والحركات التي تدور في فلكها، دون ذكر مكان عمل تلك الحركة أو توجهاتها، وظهر في منشورين فقط خلال التحليل لما بعد الاتفاق، وكان الظهور غير واضح ولم يتم التطرق للفلسطينيين. وأظهر الاحتلال العرب الفلسطينيين داخل دولة الاحتلال على أنهم يعيشون برخاء ويرحبون بالسلام ويوجهون رسائل لإخوانهم العرب في الخليج العربي وهو سعيون بالسلام.

مثال ذلك (الصور رقم 44): تتحدث الصورة عن الدول التي تملك ذات الثقافة مع دولة الاحتلال وفي أغلبيتها تظهر أعلام العديد من الدول العربية ولكن العلم الفلسطيني غاب عن تلك

الصورة في إشارة إلى أن الفلسطينيين ليسوا شركاء للإسرائيليين وربما أعداء، والصورة الأخرى تطرح سؤالاً تفاعلياً للجمهور عن أسماء الدول التي تتابع حساب "إسرائيل في الخليج" ولم يظهر العلم الفلسطيني أو جواز السفر الفلسطيني.



الصورة رقم 44: "لقطة شاشة بتاريخ 10 تشرين الثاني 2020 تظهر فيها جل أعلام الدول العربية ولم يظهر علم فلسطين".

الفصل الخامس

خلاصة النتائج

مقدمة

يعرض هذا القسم خلاصة نتائج تحليل أطر حساب "إسرائيل في الخليج" عبر "تويتر" من خلال تحليل منشوراتها من 13 حزيران حتى 13 تشرين الثاني 2020، حيث قسمت إلى ثلاثة أقسام: قبل توقيع اتفاقيات أبراهام للسلام، ومن الإعلان عنها حتى توقيعها، وبعد توقيعها، وتبين للباحث ما يلي:

1.5 الموضوعات المستخدمة في حساب "إسرائيل في الخليج":

- تَغْيَر خطاب حساب دول الاحتلال الموجه للخليج من التطرق لإنسانيتها وتعايشها وقبولها للآخرين وبطولتها وتفوقها قبل توقيع الاتفاقيات إلى التركيز على تفاصيل ونتائج التطبيع الشعبي والرسمي بعد توقيعها.

وهذا يدل على أن الحساب يقوم بترتيب الموضوعات حسب أهميتها للدعاية الإسرائيلية، وفقاً للإنجاز على أرض الواقع، وذلك يعني أن دولة الاحتلال تحاول ترتيب أولويات الخليجيين لدعم الاتفاق منذ الإعلان عنه إلى توقيعه، والترويج لنتائجه الاقتصادية بعد توقيعه، لتصبح هذه المواضيع من أولوياتهم واهتماماتهم، وهذا ما تؤكدته نظرية ترتيب الأولويات في أن ما تركز عليه وسائل الإعلام من موضوعات تصبح محل تركيز الجمهور المستهدف.

■ ركز الحساب الرقمي على الموضوعات الاقتصادية بشكل كبير في مراحل التحليل الثلاث، وتناولت المنشورات موضوعات اقتصادية عدة، سواء بين دولة الاحتلال ودول العالم، أو بين دولة الاحتلال ودول الخليج. وتركز ذلك في الاقتصاد المتعلق بالتكنولوجيا، وهذا ما تؤكدته نظرية التأطير، حيث يمكن تفسير هذه النتيجة عبر عدسة نظرية، سعت دولة الاحتلال من خلالها إلى تأطير نفسها بأنها قوية اقتصادياً ومتقدمة تكنولوجياً.

تشابهت موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" في فترات التحليل الثلاث على فكرة أساسية حاول القائمون على إدارة الحساب التركيز عليها، تتمثل في التأكيد على سعي دولة الاحتلال إلى التعايش ورغبتها بالسلام وقبول الآخر، وإظهار البطولة الإسرائيلية والتفوق في مختلف المجالات، تحديداً التكنولوجية.

واختلفت الموضوعات موضع التركيز من التعريف بدولة الاحتلال قبل الاتفاق، إلى التركيز على تفاصيل الاتفاق خلال المدة من الإعلان عنه حتى توقيعه، وصولاً إلى التركيز على ثماره بعد توقيع الاتفاق.

وهذا يؤكد استخدام الحساب لنظرية ترتيب الأولويات، حيث تظهر أولوياته في الموضوعات المطروحة.

- عمل الحساب على ترتيب أولويات جمهوره، ليركز على أن دولة الاحتلال هي دولة تعايش وسلام وحضارة في جميع مراحل التحليل، ولم يتطرق لعدوانها المتواصل على الفلسطينيين في كل وقت. وعملية التأيير بحسب ما يطرح اينتمان (Entman, 1993) في شرحه للمفهوم تتمثل في الإهمال المتعمد لبعض الموضوعات والتركيز على أخرى، أي من خلال اختيار قضية محددة من النص من بين الخيارات المتعددة، ومن ثم إبرازها من خلال جعلها محور التواصل، بطريقة تعزز هذه القضية عمداً بقصد التركيز عليها، وإغفال جوانب أخرى قد تكون ذات أهمية، تعتبر نوعاً من أيديولوجيا القائم بالاتصال، حيث يتم تشكيل الإطار من خلال إدراج معلومة في سياق ضيق ومحدد، ونسجها بحيث تخدم أيديولوجية مصممها.
- لعب حساب "إسرائيل في الخليج" دور داعم ومساند لاتفاقيات السلام وللتطبيع مع دولة الاحتلال، وهذا يتناسب مع نظرية ترتيب الأولويات، حيث حاول تركيز أولويات الجمهور الخليجي من متابعيه على كل تفاصيل تلك الاتفاقيات. وهذا يتلاءم أيضاً مع نظرية التأيير الإعلامي، حيث يتم استخدام الأطر لتعزيز فهم قضايا محددة من خلال اختصارات معرفية تربط القصص الصغيرة بالصورة الأكبر.
- ركزت الموضوعات الواردة في منشورات "الحساب" قبل توقيع الاتفاق على: التعايش وقبول الآخر، والسعي للسلام وخدمة الإنسانية، البطولة والتفوق في مختلف المجالات، والتعريف بدولة الاحتلال والسياحة فيها. فيما ركزت في المدة من الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه على: عرض تفاصيل هذا الاتفاق، والثمار التي ستجنيها الشعوب الموقعة على السلام، والتعايش بين إسرائيل والشعوب العربية.
- ركزت الموضوعات بعد الاتفاق على إظهار تفاصيل التطبيع بأنه شعبي ورسمي، وعرض الثمار الاقتصادية له، وسعي دول عربية وإسلامية أخرى للانضمام للتطبيع، وعرضت التعاون

بين الدول المطبوعة، وتطرقت للتعايش والتسامح وقبول الآخر. ويمكن فهم ذلك من منظور نظرية ترتيب الأولويات من خلال الإشارة إلى أن الصفحة حاولت إبراز هذه القضايا في إطار زمني محدد بهدف خلق وعي واهتمام جماهيري حولها عبر منصات التواصل الاجتماعي، وهذا يدعم افتراض النظرية بأن وسائل الإعلام لا تعكس الواقع، بل تصفه وتشكله، من خلال التركيز على عدد قليل من القضايا والموضوعات العامة، والتي تؤدي بالجمهور إلى اعتبار هذه القضايا أهم من قضايا أخرى قد تكون أكثر جوهرية، وهذا يدل على أن صفحة "إسرائيل في الخليج" لديها جدول ترتيب أولويات خاص بها.

2.5 الأطر العامة في حساب "إسرائيل في الخليج"

■ تظهر نتائج تحليل الأطر العامة الخاصة بحساب "إسرائيل في الخليج" أن الإطار المتكرر في أقسام التحليل الثلاثة كان إطار "النتائج الاقتصادية" من الاتفاق، وهو ما ظهر جلياً الحديث عن التعاون الاقتصادي قبل اتفاقيات السلام وبعدها. ويعود ذلك لاهتمام الخليجيين بشكل كبير بالجوانب الاقتصادية وتغليبها على الجوانب السياسية في حياتهم اليومية (الشليمي، 2020)، ولأن دولة الاحتلال تريد أن يظهر التطبيع اقتصادياً في ظل فشلها السياسي في التوصل لاتفاق سلام مع الفلسطينيين، مستغلة التطبيع الاقتصادي كبوابة لدخول الخليج. وهذا يدل على أن عملية التأطير كانت مساندة لعملية ترتيب الأولويات.

ويعكس نموذج دايترام شوفيل في تحليل الأطر من منظور دراسة التأثيرات الإدراكية للتأطير، الذي يقوم على ثلاثة مكونات رئيسية هي: المدخلات كالأيديولوجيات والاتجاهات السياسية، و الأطر المتضمنة في النص، وعلاقتها بالمدخلات. وفي حالة "إسرائيل في الخليج" كان واضحاً التوجه الأيديولوجي للحساب المساند والمروج لدولة الاحتلال من خلال الأطر التي

صممتها، فالتركيز على الإطار الاقتصادي هنا جاء معززاً لعملية ترتيب الأولويات والترويج لدولة الاحتلال على أنها منارة اقتصادية، في ظل إهمالها للحق الفلسطيني.

■ تظهر النتائج أيضاً أن "الحساب" حاول تأطير دولة الاحتلال بصورة إنسانية وأخلاقية، عبر استخدام إطار: الاهتمامات الإنسانية، والمبادئ الأخلاقية، حيث تم التركيز على هذين الإطارين قبل وبعد توقيع الاتفاق، في سعي للتغطية على جرائمها ضد الفلسطينيين. ويمكن فهم عملية التأطير هنا من خلال السياق الاجتماعي في أنها تحاول تقديم نموذج للحياة "الطبيعية"، أو ما يجب أن تكون عليه الأمور "الطبيعية" في الحياة، وعليه فإن من يحدد للمجتمع ما هو "طبيعي"، أو مقبول، هو فقط من يملك "القوة" ليفرضها على غيره ممن هم في المجتمع أو المجتمعات الأخرى، حيث سعت صفحة "إسرائيل في الخليج" كممثل لوزارة الخارجية لدولة الاحتلال إلى "تأطير" الحياة بما يتفق مع أيديولوجياتها، وفي حين ترتكب إجراماً منظماً وجرائم ضد الإنسانية في فلسطين، تسعى دولة الاحتلال لإظهار نفسها في إطار إنساني وأخلاقي مختلف.

■ تظهر النتائج أن الاحتلال حاول دفع الجمهور للتركيز على قضايا محددة أثناء الاتفاق وبعده في إطار عملية ترتيب أولويات الجمهور الخليجي المتابع للحساب، حيث ركز أثناء الاتفاق على تفاصيله بالاعتماد على الإطار المحدد بقضية، وحاول إظهار التطبيع بأنه شعبي ورسمي، باستخدام الإطار نفسه بعد توقيع الاتفاقية.

■ استخدم حساب "إسرائيل في الخليج" الإطار المحدد بقضية وإطار النتائج الاقتصادية والمبادئ الأخلاقية بشكل دائم في خطابه الموجه للخليجيين في فترات التحليل الرئيسية، للوصول إلى أهدافه في كسب الجمهور الخليجي وإظهار دولة الاحتلال بأنها دولة إنسانية.

■ ركز "الحساب" على استخدام أربعة أطر قبل توقيع اتفاقيات السلام، وهي: الاهتمامات الإنسانية، والمبادئ الأخلاقية، والنتائج الاقتصادية، والصراع. في حين استخدم "الحساب" في فترة الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه إطارين: المحدد بقضية، والنتائج الاقتصادية. وبعد التوقيع، ظهر جلياً الإطار المحدد بقضية المتعلق بالتطبيع الشعبي والرسمي، وتلاه إطار النتائج الاقتصادية وإطار المبادئ الأخلاقية. ونظرياً يدل هذا على أن عملية التأطير كانت داعمة لعملية ترتيب الأولويات، بحيث ترتب الموضوعات بحسب أهميتها أولاً، يتلو ذلك عملية عرض هذه الموضوعات في أطر مناسبة للرواية الإسرائيلية عند مخاطبتها للجمهور المستهدف.

■ غاب الإطار المحدد بقضية قبل توقيع الاتفاق، فيما كثر استخدامه منذ الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه وبعد ذلك. وظهر إطار النتائج الاقتصادية في فترات التحليل الثلاث بنسب مختلفة، وغاب تماماً الإطار العام وإطار المسؤولية عن الاستخدام، لأنه لم يكن هناك قضية مشتركة تشغل الخليجيين والإسرائيليين معاً كما في اتفاقيات أبراهام وما تبع توقيعها.

3.5 تأطير دولة الاحتلال لنفسها وللآخر (الخليج وللفلسطيني)

■ لم تختلف صورة دولة الاحتلال لنفسها في مراحل التحليل الثلاث، إذ صورت نفسها بأنها طبيعية، وجزء من المنطقة، وليست عدوة للعرب، وأنها دولة تعايش وقبول للآخرين، ورائدة في مختلف المجالات، ومتميزة سياحياً على مستوى المنطقة، وتسعى للتعاون مع الخليج، وهذه الصورة ظهرت في مختلف مراحل التحليل. وصورت اتفاقها مع البحرين والإمارات بأنه إنجاز تاريخي لها، وهي جادة في دعمه والحفاظ عليه وهي معانٍ يجدر الوقوف عليها بالآتي:

- صورت دولة الاحتلال نفسها بأنها دولة رائدة في مختلف المجالات وتحديدًا التكنولوجية والعلمية والطبية والزراعية في مختلف مراحل التحليل، وهذا يدل على اهتمام دولة الاحتلال بمخاطبة الآخر من خلال الإنجازات الدبلوماسية، لتكون عملية الاتصال داعمة للإنجازات على أرض الواقع، حيث ظهر جليا التفاعل بعد عملية الاتصال والعمل السياسي.
- صورت دولة الاحتلال نفسها في فترتي التحليل التاليتين؛ أي من الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه وبعد ذلك، بأنها دولة تسعى للسلام وأن الاتفاق إنجاز تاريخي لها وهي جادة في إنجازه، بعد أن صورت كل خطواتها التي تقوم بها داخل دولتها من أجل إنجاح الاتفاق.
- صور "الحساب" الخليجيين على الدوام بأنهم شعوب متقدمة، ويطمحون للسلام، ويعيشون تقدماً صحياً وعلمياً وتكنولوجياً، ومرحب بهم في دولة الاحتلال، وأن الخليج بلاد تسامح وتقبل الآخر بما فيه "الإسرائيلي"، وحاول الاقتراب من الخليجيين بالتطرق لعاداتهم، وهذا يدل على أن "الحساب" أطر الخليجيين بصورة إيجابية.
- تغير تأطير الخليجيين خلال مدة الاتفاق وبعده، عما قبله بإظهار الخليجيين مرحبين به وبتلغفهم لزيارة دولة الاحتلال بعد توقيعه، وبترحيبهم بالإسرائيليين في الخليج، وتركز التأطير حول شعوب ثلاث دول وهي: الإمارات والسعودية والبحرين والتي تضم العدد الأكبر من المواطنين الخليجيين. وحسب نظرية التأطير بأن الاهتمام أو الإهمال المتعمد أو العرضي في بعض القضايا يصب في دعم قضايا أخرى ليراها الجمهور على أنهم الخبر وهي أجدر بالاهتمام والمناقشة من قضايا أخرى.
- غيَّب حساب "إسرائيل في الخليج" الفلسطيني عن المشهد تماماً قبل توقيع اتفاق أبراهام، وفي أثناءه، وبعده، حيث كانت تتحدث عن اتفاقاتها مع دول مثل الأردن ومصر، ولم تتطرق لاتفاقية أوصلو مع الفلسطينيين في القدس والضفة الغربية وقطاع غزة، وغابت القضية الفلسطينية والصراع

الفلسطيني الإسرائيلي تماماً عن حساب "إسرائيل في الخليج" لم يأت على ذكر أي منشور يتعلق بالصراع أو بوجود الفلسطينيين.

■ هنا تكن خطورة عملية التأطير من خلال دورها في الإقصاء الاجتماعي والسياسي، حيث إن الإهمال المتعمد لذكر الفلسطينيين يسهم في تصنيفهم على أنهم غير "طبيين"، بهدف نبذهم من المجتمعات التي يوجه لها الخطاب. هذا يدل على أن عملية التأطير مبنية في الأساس على القوة، وليس على الحالة الطبيعية كما يعتقد الجمهور. لقد تطرق إيفرنج غوفمان 1993 لهذه الظاهرة وأطلق عليها اسم "أطر الانتهاكات"، التي تعرف بأنها الأطر التي تصور الانحرافات عن "الحياة الطبيعية"، ما يؤثر على إدراك الجمهور المتلقي للواقع، ويضفي شرعية على الكيانات المسؤولة عن النظام "الطبيعي". وتطرق "الحساب" إلى الفلسطينيين القاطنين داخل دولة الاحتلال بأنهم أقلية عربية يعيشون داخل "إسرائيل"، وهم رمز للتعايش ويعيشون بشكل أفضل من كثير من العرب، وهم جزء "أصيل" من المجتمع الإسرائيلي، وفصلهم تماماً عن الفلسطينيين بالضفة الغربية وقطاع غزة.

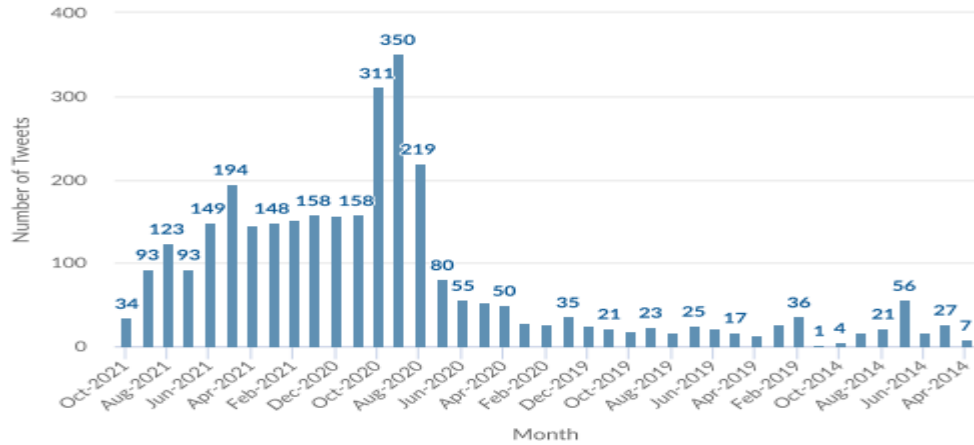
■ صور "الحساب" المدن الفلسطينية في الضفة الغربية والقدس المحتلة على أنها مدن "إسرائيلية" ودعا الخليجيين لزيارتها، وتحديداً مدناً مثل القدس ومناطق مثل غور الأردن والبحر الميت. وهذا يدل على استخدام عملية التأطير لتقديم فهم للسياق الاجتماعي-السياسي، دعماً لاستراتيجيات طويلة الأمد، والتمهيد لقبول قضايا معقدة لم تكن من قبل مقبولة.

4.5 تكثيف التواصل مع الخليجيين بالتزامن مع توقيع الاتفاقيات وبعدها

■ تظهر نتائج إحصائيات حصل عليها الباحث من موقع "تويتر" بعد التواصل معه، أن دولة الاحتلال كثفت من استهدافها للجمهور الخليجي منذ الإعلان عن الاتفاق وفيما بعده، إذ لم تكن

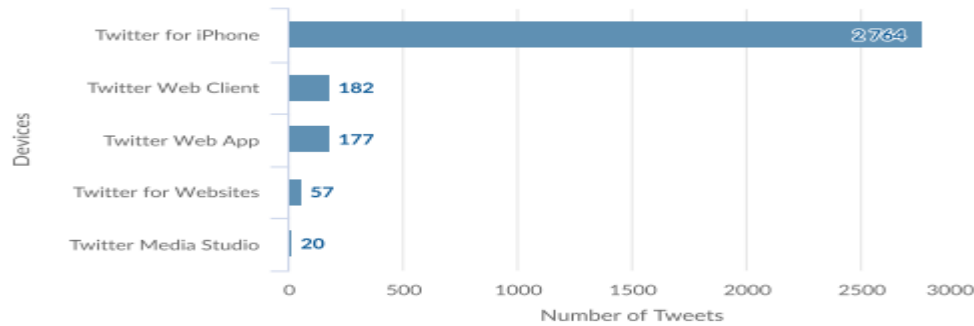
معدلات التغريد تتجاوز 0.6 تغريدة يومياً منذ إطلاق الحساب عام 2013 حتى منتصف عام 2020، ولكن بعد توقيع اتفاقيات أبراهام للسلام سجلت زيادة بنسبة 58%، بحسب الجداول المرفقة من تويتر للباحث بناء على طلبه (طالع الشكل التالي)

TWEET TIMELINE



CLIENT SOURCE

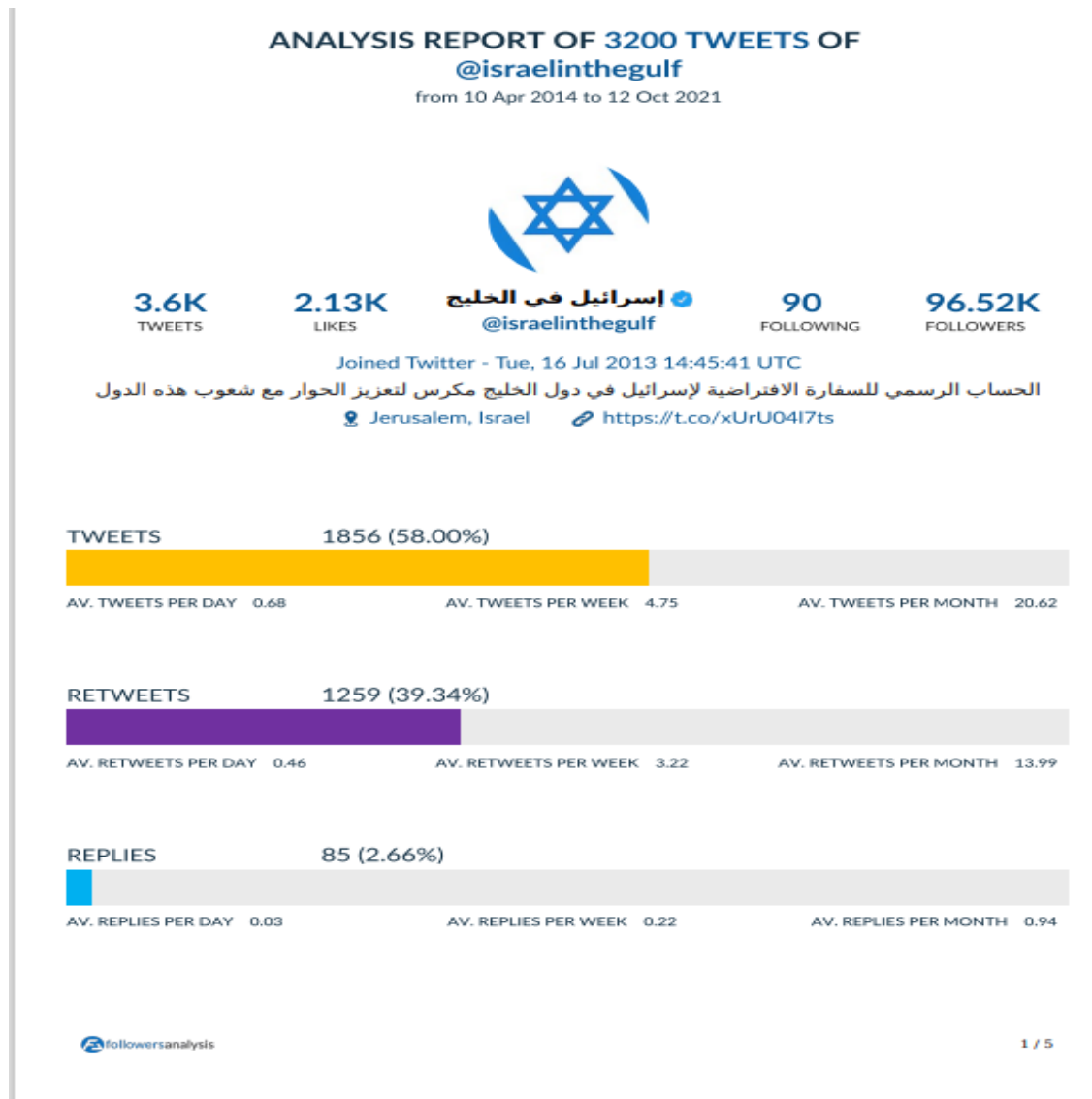
Number of times client sources are used to post the tweets



تلخيص مرسل من منصة تويتر لحساب "إسرائيل في الخليج" يوضح عدد التغريدات من 2014 حتى 2021

- لإدراك دولة الاحتلال بأن "تويتر" هو المنصة الأكثر نجاعة للوصول إلى الجمهور الخليجي، فقد كثفت من منشوراتها الموجهة للخليجيين بعد التطورات السياسية المتمثلة في اتفاقيات

السلام، لأن عملية الاتصال عملية واعية ومخطط لها، فوفقاً للبيانات التي حصل عليها الباحث من "تويتر" فقد ارتفعت نسبة النشر من 35 منشوراً بالمتوسط شهرياً إلى 219 منشوراً في آب 2021 وبلغ النشر ذروته في أيلول 2021 حيث تم نشر 350 تغريدة، وفي الشهر الذي يليه، تشرين الأول، بلغ 311 تغريدة، وتم استغلال ساعات الذروة في المشاهدة وفق التوقيت الخاص بالخليج لنشر التغريدات لضمان إيصالها إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين (طالع الشكل التالي).



الشكل يلخص تغريدات حساب إسرائيل في الخليج مرسله للباحث من منصة تويتر للخليج

الفصل السادس

مناقشة النتائج

مقدمة

يناقش هذا الفصل نتائج الدراسة التي بحثت مدى تغير الخطاب الإسرائيلي الموجه للجماهير الخليجية بعد توقيع اتفاقية أبراهام عما قبله، وقسمت الدراسة مستويات التحليل إلى ثلاثة: أولها قبل الاتفاق، أي من 13 حزيران 2020 حتى 13 آب 2020، وثانيها من الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعها، أي من 14 آب 2020 حتى 15 أيلول 2020، وأخيراً بعد الإعلان عن الاتفاق، أي من 16 أيلول حتى 13 تشرين الثاني 2020، للإجابة عن التساؤلات التي تطرحها الدراسة، وناقش الباحث هذه النتائج في ضوء نظريتي التأيير وترتيب الأولويات، والدراسات السابقة، وهي سيبني عليها التوصيات.

1.6 مناقشة موضوعات حساب "إسرائيل في الخليج" عبر منصة تويتر قبل الاتفاق

وفي أثنائه وبعده

بينت نتائج تحليل المحتوى أن حساب "إسرائيل في الخليج" ركز في منشوراته بالدرجة الأولى على إظهار دولة الاحتلال بأنها دولة تعايش وسلام بنسبة 38.4% ليحل في المرتبة الأولى في تكرار الموضوعات المطروحة قبل الاتفاق.

وجاء في المرتبة الثانية من حيث التكرار في المحتوى إظهار دولة الاحتلال بأنها دولة البطولة ودولة التفوق العلمي بمختلف المجالات، بنسبة 21.6% ليحل في المرتبة الثانية من مجمل الموضوعات التي تم طرحها قبل الاتفاق. وبحسب نظرية ترتيب الأولويات، فإن حساب "إسرائيل في الخليج" يحاول ترتيب أولويات جمهوره للتركيز على أن دولة الاحتلال دولة تعايش وسلام وحضارة وتطور علمي، وبلغت نسبة تلك المنشورات قبل توقيع الاتفاق 60% من مجموع المنشورات كاملة، فعملية الإعلام والنشر المتكرر ومناقشة تلك القضايا دون غيرها تعني أن قطاعات كبيرة من الجمهور المتابع للحساب سيدرك أن هذه الموضوعات أهم من غيرها. وبحسب نظرية ترتيب الأولويات فإن حساب "إسرائيل في الخليج" سعى لنقل أجندته إلى أجندة الجمهور المتابع له وسعى لحث الجمهور على الحكم بأهمية ما يعتبره الحساب مهماً، بحيث تصبح أولويات "الحساب" هي أولويات الجمهور (Nelson, 1997).

وخلال الاتفاق، حاول حساب "إسرائيل في الخليج" عبر "تويتر" توجيه الجمهور لمعرفة موضوعات تتعلق تفاصيل اتفاقيات السلام الإبراهيمي وكل تفاصيلها، وجعلها أجندة جمهوره بمتابعة كل ما يحصل ضمن الاتفاق، مع التركيز على ثمار السلام السياسية والاقتصادية والشعبية للخليجيين والإسرائيليين. وبذلك نلاحظ أن الحساب حاول توجيه إدراك متابعه الجماهير الخليجية لهذه الموضوعات وجعلها أولوية لهم، فعملية الإعلام بشكل متكرر ومناقشة قضايا معينة تعني أن

قطاعات كبيرة من الجمهور ستدرك أن هذه القضايا أكثر أهمية من غيرها، ولعب الموقع دوراً داعماً لتشكيل رأي عام خليجي داعم لاتفاقيات السلام وهذا يناسب مع نظرية ترتيب الأولويات (الموسى، وعصام، 1995).

وهذا يتوافق مع نتائج دراسة الكوع ومصطفى (2021) في كيفية استغلال إسرائيل للمواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا "فيس بوك" للترويج لخطواتها المتعلقة بالتطبيع مع العالم العربي، وتقاطع مع نتائج دراسة الكوع وآخرون (2022) التي تثبت تركيز الصفحات الإسرائيلية التي تتحدث عن توظيف تقنيات الدعاية لصالح الاحتلال في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال أفيخاي أرعي خلال الحرب الأخيرة على غزة.

وبعد الاتفاق أيضاً ركز حساب "إسرائيل في الخليج" على موضوعات متعلقة بالتطبيع الشعبي بين الشعوب، وبذلك يحاول الاحتلال بناء صورة ذهنية لدى الخليجيين عبر حساب إسرائيل في الخليج تقوم على أهمية الاتفاق والنتائج الناجمة عنها، وهذه النتيجة تتوافق مع نتائج دراسة بوعشبة وويفي (2019) التي تتحدث عن أهمية الدبلوماسية الرقمية في بناء الصورة الذهنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كبديل لوسائل الإعلام التقليدية، وهي دراسة ركزت على الأثر الناتج عن الدبلوماسية الرقمية الفرنسية والأوروبية على الجمهور الأوروبي والدولي.

2.6 مناقشة الأطر العامة التي استخدمها حساب "إسرائيل في الخليج"

استخدمت دولة الاحتلال مجموعة من الأطر في حساب "إسرائيل في الخليج" عبر "تويتر" تركزت في إطارات: إطار الاهتمامات الإنسانية الذي كان أكثرها مستخدماً قبل توقيع اتفاقيات السلام الإبراهيمي بنسبة 35.3%، تلاه إطار النتائج الاقتصادية بنسبة 29.3%، ثم إطار المبادئ الأخلاقية، حيث صورت نفسها أنها دولة إنسانية تهتم بالشعوب الأخرى وأنها دولة تهتم بالجوانب

الاقتصادية وتسعى لتطويرها مع دول الخليج، وأنها دولة تقوم على مبادئ أخلاقية. وهذه الأطر تتوافق مع نظرية التأطير بشكل كبير ومع نظرية ترتيب الأولويات، إذ تحاول أن تجعل قضايا متعلقة بدولة الاحتلال جزءاً من اهتمام الخليجيين، وذلك يتوافق مع دراسة الكوع، مصلح، وعوض (2022)، التي تتطرق إلى توظيف ضاحي خلفان لـ"تويتر" تجاه اتفاقية التطبيع الإماراتية وتأثيره على الجمهور، حيث أطر خلفان دولة الاحتلال بأنها إنسانية، وجنودها مسالمون، وأن اتفاقية السلام جاءت لخدمة الفلسطينيين، وهي موضوعات شبيهة بما يحاول موقع "إسرائيل في الخليج" تقديمه لجمهوره.

ومن الإعلان عن الاتفاقية حتى توقيعها، استخدم "الحساب" الإطار المحدد بقضية بنسبة وصلت إلى 56.1%، وإطار الاهتمامات الاقتصادية بنسبة 49.3 فقط من أجل دفع الجمهور للتركيز على قضيتين أساسيتين هما: تفاصيل الاتفاق باعتبارها أهم الأمور في الوقت الراهن، والنتائج الاقتصادية الناجمة عنه، وهذه الأطر تتناسب تماماً مع دراسة (2013) Walik والتي تتحدث عن كيفية عمل محرري وسائل التواصل الاجتماعي بتأطير الأخبار والتفاعل مع الجماهير عبر موقع "تويتر"، وما جرى خلال فترة توقيع الاتفاق يتوافق تماماً مع هذه الدراسة، حيث تم تأطير الأخبار المتعلقة بالاتفاق من أجل الحصول على أكبر تأييد له في أوساط جماهير الخليج التي تفاجأت بالاتفاق أيضاً.

وبعد توقيع الاتفاقية لم يختلف ترتيب الأطر، إذ حل الإطار المحدد بقضية بنسبة تجاوز 74% من مجموع التغريدات في حساب "إسرائيل في الخليج"، وتم استخدامه لتعزيز التطبيع الشعبي والرسمي معاً لعرض كل ما يتعلق بالتطبيع الشعبي والرسمي بين الدول المطبوعة ودولة الاحتلال، تلاه إطار النتائج الاقتصادية الذي تجاوز 20.6% حجم المنشورات التي اندرجت تحته، ما يخدم أيضاً الهدف نفسه، وهو تقديم صورة للخليجين أن هناك مكاسب اقتصادية كبيرة بانتظارهم من

توقيع تلك الاتفاقيات. وهذا يتعارض تماماً مع عمل صفحة المركز الفلسطيني لمقاومة التطبيع، الذي عمل على توظيف كل التقنيات الإقناعية لمحاربة التطبيع، كما يظهر في دراسة الكوع، واسبيتان (2022)، ويتوافق أيضاً تماماً مع دراسة (Al Nawawy and Al Masri, 2022) التي تتحدث عن دور وسائل الإعلام في تغيير الخطابين الإعلامي الإسرائيلي والإعلامي الإماراتي تجاه البلدين بعد اتفاقيات التطبيع، وكيف تغيرت لغة كل من صحيفة البيان و"إسرائيل اليوم" في تقديم الإماراتيين والخليجين في الوسيلتين.

3.6 مناقشة تأطير إسرائيل لنفسها في حساب "إسرائيل في الخليج"

بينت النتائج أن دولة الاحتلال أطرت وصورت نفسها قبل توقيع اتفاقية أبراهام على أنها دولة تعايش ودولة إنسانية بنسبة 40% من المنشورات المتعلقة بتأطير نفسها، وأطرت نفسها على أنها دولة رائدة في المجالات ودولة سياحية بنسبة تجاوز 42%، وهذا يتوافق مع نتائج دراسة Ahmad and Jaidka (2018)، التي تحدثت عن عمليات تأطير بين الهند وسنغافورة في أحداث عنف، وأكدت الدور الذي لعبه موقع "تويتر" في استخدام تأطير وخلق رأي عام مؤيد لكل دولة من موقفها من الصراع.

وبالعودة لنظرية التأطير، ترى النظرية أن وسائل الإعلام تقدم إطاراً للمجهور، يسهم في تحديد خياراتهم وتحديد قراراتهم حول طرق التعامل مع قضية معينة، بالاعتماد على المعلومات المقدمة لهم من وسائل الإعلام تلك، فالإطار هو تجريد يعمل على بناء وتنظيم الرسالة، وأكثرها شيوعاً تلك المتعلقة بنقل الأخبار وصناعتها. وتلعب الأطر دوراً في تشكيل تصور محدد للمتلقي، وتعد الأطر جدول أعمال المجهور، فهي تخبر المجهور في كيفية التفكير بالمسألة وما يجب أن يفكر به (Entman, 1993).

والمتابع لحساب "إسرائيل في الخليج" يلاحظ أنه وظف كل إمكاناته لتحسين صورة دولة الاحتلال لدى متابعيه، وهذا يتوافق مع دراسة الكوع وآخرون (2022) التي تحدث فيها عن تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر تطبيق "تك توك" خلال حرب قطاع غزة عام 2021م، حيث استخدمها للتأثير على الجمهور الفلسطيني والعربي وهي نفس الأدوات التي استخدمها حساب "إسرائيل في الخليج" للتأثير على جمهوره مع اختلاف الرسائل.

وأظهرت دولة الاحتلال نفسها منذ الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه بأنها دولة جادة في تحقيق السلام والعمل من أجله بنسبة 26%، كذلك أطرت السلام على أنه سبيل لتحقيق مكاسب اقتصادية مباشرة بنسبة 17.8%، وأطرت نفسها بأنها ستستفيد أيضاً سياحياً بنسبة 16.4% عبر منشورات تحدثت فيها عن انتعاش القطاع السياحي في فلسطين. وبجمع الفوائد السياحية والاقتصادية يمكن اعتبار نصف المنشورات في تلك المدة قد ركزت على الجوانب السياحية والاقتصادية، وهي بذلك تحاول خلق وعي جديد متعلق بموضع جديد جداً وهو السلام بين الخليج وإسرائيل، والسلام بين الشعوب، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة بو سعدة (2018) التي تتحدث عن عمليات تغير الوعي في المملكة الأردنية الهاشمية باستخدام وسائل الإعلام الجديدة، خصوصاً "فيس بوك" الأكثر استخداماً بين الأردنيين.

وبينت النتائج أن دولة الاحتلال صورت نفسها بعد توقيع الاتفاق أنها دولة المنافع الاقتصادية للشعوب الخليجية بنسبة 35%، وأنها بلد سياحي ورائد في مجال التكنولوجيا بنسبة 28.5%، وبذلك استحوذت المنافع الاقتصادية والسياحة والمنافع التكنولوجية والعلمية على قرابة 60% من المنشورات بعد توقيع اتفاقية أبراهام للسلام.

وركزت أيضاً على أن دولة الاحتلال طبيعية في المنطقة بنسبة 80% وأنها دولة تسعى للسلام والاستقلال بنسبة 20.5% وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Al Nawawy and Al Masri () ،

(2022) المتعلقة بتأطير الصحافة الإسرائيلية والإماراتية للصراع الفلسطيني ما قبل وما بعد اتفاقية أبراهام والتي ترى أن الطرفين، الإسرائيلي والخليجي، اعتمدا لغة أكثر ودية بعد اتفاقية السلام عما قبلها في تأطير الآخر وتصويره بالمتعاش والمحب للسلام والساعي له بالاعتماد على توير الذي يستخدمه الخليجون.

4.6 مناقشة تأطير حساب "إسرائيل في الخليج" للخليجين

صورت دولة الاحتلال في منشوراتها في حساب "إسرائيل في الخليج" الشعوب في الخليج العربي قبل توقيع اتفاقيات السلام على أنهم يعيشون في رفاهية، وفي دول متقدمة علمياً وصحياً وتكنولوجياً، قدم "الحساب" الخليجين على أنهم شعوب محبة للسلام ولطيفة ويقبلها الشعب الإسرائيلي بنسبة وصلت إلى 89% من مجموعة المنشورات في الحساب.

وهذه النتيجة تتقاطع مع نتائج دراسة بوعشبية ووي (2019) التي تتطرق إلى دور الدبلوماسية الرقمية في بناء الصورة الذهنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث قدم الحساب صورة ذهنية للخليجي بأن الإسرائيليين يتصورونه محباً للسلام ومتطوراً ومرحّباً به في دولة الاحتلال.

ولقد حاول حساب "إسرائيل في الخليج" ترتيب أولويات الخليجي، وهذا يتقاطع مع دراسة الكوع ومصطفى (2021) التي تتحدث عن سعي صفحة "قف معنا" الإسرائيلية لترتيب أولويات جمهورها لخدمة مصالحها.

وحاول "الحساب" تصوير الخليجين فور الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعهم على أنهم متلهفون لزيارة دولة الاحتلال، وأنهم شركاء حقيقيون في السلام، وأن بلادهم بلاد سلام، وهذا يتوافق مع دراسة (Al Nawawy and Al Masri, 2022) حيث اعتمدت صحيفة "إسرائيل اليوم"

لغة أكثر ودية تجاه الإماراتيين ووصفتهم بأنهم محبوبون للسلام، وهذا يتوافق أيضاً مع ما وصلت إليه دراسة Pavlik (2006) المتعلقة بتأطير الأخبار في الإعلام الجديد، وكيف تم إعادة إشراك المواطنين المغتربين في عملية التأطير، وهو أمر تبين في هذه الدراسة من خلال ما تقوم به دولة الاحتلال وفق "حساب إسرائيل في الخليج" بإعادة نشر تغريدات النشطاء الخليجيين المؤيدين لإسرائيل على أنهم متلهفون للسلام وشركاء حقيقيون فيه.

وهذه النتيجة تتقاطع أيضاً مع دراسة (Messaris and Abraham, 2008) التي تتحدث عن القصة في تأطير الصورة الإخبارية، حيث يعتمد الحساب صوراً تعكس الأجندة التي يحاول فرضها على جمهوره المتمثلة في أن الخليجيين متلهفون لزيارة إسرائيل ويرحبون بالسلام. وصور الحساب دول الخليج بعد الاتفاق بأنها متقدمة وداعمة للسلام، وهي أطر تتقاطع مع تلك المستخدمة بدءاً من الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه، حيث صورت دولة الاحتلال الدول الخليجية بأنه معتدلة وداعمة للسلام وشعوبها ذكية ومتطورة بنسبة وصلت إلى 85%، الأمر الذي يتفق مع دراسات أخرى مثيلة (Wasik, 2013) وتحدث عن دور محوري وسائل التواصل الاجتماعي في تأطير الأخبار والتفاعل مع الجمهور.

ان ما يقوم به الحساب يكمن في تقديم الخليجيين بصورة المتطورين والمرحبين بالسلام ليروا أنفسهم كذلك فيظنوا أن كل الإسرائيليين يفكرون بهم بالطريقة نفسها. وهذا يتقاطع أيضاً مع محاولة موقع "إسرائيل في الخليج" تشكيل وعي سياسي لدى الشباب في الخليج، وهو ما ورد في دراسة الناصري (2015) التي تتحدث عن دور منصات التواصل الاجتماعي في تغيير الاتجاهات والمواقف لدى الشباب.

5.6 مناقشة تأطير حساب "إسرائيل في الخليج" للفلسطينيين

لم يأتِ حساب "إسرائيل في الخليج" قبل الاتفاق أو بعده على ذكر أي منشور يتعلق بفلسطين أو الفلسطينيين بشكل مباشر، لكن بالمقابل، ذكر "الحساب" أسماء مناطق فلسطينية على أنها إسرائيلية خلافاً لاتفاق أوسلو للسلام، مثل دعوة الخليجيين لزيارة القدس أو زيارة البحر الميت أو زيارة بعض المعالم الدينية الإسلامية الفلسطينية على أنها معالم سياحية ودينية زعم أنها خاصة بدولة الاحتلال. وهذه النتيجة تختلف تماماً عن نتيجة دراسة الكوع ومصطفى (2021) التي أظهرت أن دولة الاحتلال تمارس العلاقات العامة الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى الفلسطينيين داخل فلسطين من أجل تجميل صورتها وخلق تفاعل نشط معهم.

إن حساب "إسرائيل في الخليج" تجاهل الفلسطينيين تماماً، وحاول إبعادهم عن المشهد في محاولة لدفع الخليجيين لعدم تذكر القضية الفلسطينية، وهذا يندرج في إطار ترتيب الأولويات عبر إهمال كل ما يتعلق بالفلسطينيين في الضفة وغزة، وإظهار فلسطينيي الداخل أنهم جزء من إسرائيل.

وفي مرحلة الإعلان عن الاتفاق حتى توقيعه، غابت اتفاقية السلام الفلسطينية الإسرائيلية المسماة اتفاقية أوسلو عن المشهد تماماً، ولم يجرِ ذكرها، وصورت دولة الاحتلال نفسها على أنها تسعى للسلام وأنها وقعت اتفاقيات مع دولتين عربيتين في السابق وهما مصر والأردن، ولم تتحدث عن اتفاقية أوسلو للسلام التي وقعتها مع الفلسطينيين خلال تلك المدة أيضاً كما قبل الاتفاق. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة Hassan (2015)، التي تناولت مفهوم إهمال واستخدام المضمون من أجل وضع أجندة الجمهور وترتيب أولوياته، وكيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتحقيق ذلك.

في الوقت ذاته، تشابهت نتائج الدراسة هذه مع نتائج دراسة Ahmad and Jaidka (2018) التي تحدثت كيف تصور ذات الأزمة دولتي الهند وسنغافورة المتصارعتين وكيف يجري تجاهل الآخرين في إطار وسبل تأطير الصراعات الاجتماعية في التغطية الاخبارية ووسائل الإعلام الجديد لصالح طرف محدد وتقديمه ضمن إطار يخدم موقفه السياسي.

الخاتمة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الاختلاف في خطاب دولة الاحتلال الموجه للجماهير الخليجية بين ما قبل "اتفاقية أبراهام" وما بعدها، وتبيان فيما إذا كان هناك اختلاف في لغة حساب "إسرائيل في الخليج" بعد عملية التطبيع عما كان قبلها، والتعرف إلى كيفية تأطير دولة الاحتلال نفسها عبر المنصات الرقمية في مسعى منها لاختراق الساحات العربية وكيف أطرت الآخر في تعزيز نفسها.

ووظفت الدراسة طريقة الحالة الدراسية واعتمدت على أدوات البحث الكمي في جمع المعطيات للوصول إلى نتائج تشير إلى تغير الخطاب، واعتمدت على نظريتي: ترتيب الأجندة أو ترتيب الأولويات (Agenda Setting Theory)، وتحليل الإطار الإعلامي (Frame Analysis Theory).

وخلصت الدراسة إلى وجود تغير خطاب حساب دولة الاحتلال الموجه للخليج من التطرق لإنسانيتها وتعايشها وقبولها للآخرين وبطولتها وتفوقها إلى التركيز على تفاصيل ونتائج التطبيع الشعبي والرسمي بعد توقيع اتفاقيات أبراهام.

واستنتجت الدراسة أن دولة الاحتلال تركز في حساب "إسرائيل في الخليج" على الموضوعات الاقتصادية بشكل كبير، حيث تناولت المنشورات موضوعات اقتصادية سواء أكانت اقتصادية بين دولة الاحتلال ودول العالم، أو اقتصادية بين دولة الاحتلال ودول الخليج، وتركز ذلك في الاقتصاد المتعلق بالتكنولوجيا، وهذا ما تؤكدته نظرية تأطير دولة الاحتلال بأنها قوة اقتصادياً ومتقدمة تكنولوجياً.

وبينت الدراسة أن الإطار المتكرر في أقسام التحليل الثلاثة هو "النتائج الاقتصادية" عبر الحديث عن التعاون الاقتصادي قبل اتفاقيات السلام وبعدها، وصورت دولة الاحتلال نفسها بأنها إنسانية وأخلاقية، عبر استخدام إطار: إطار الاهتمامات الإنسانية، والمبادئ الأخلاقية. وصورت دولة الاحتلال نفسها بأنها طبيعية، وجزء من المنطقة، وليست عدوة للعرب، ودولة تعايش وقبول للآخرين، ورائدة في مختلف المجالات، ومتميزة سياحياً على مستوى المنطقة، وتسعى للتعاون مع الخليج، وهذه الصورة ظهرت في مختلف مراحل التحليل. كما صورت دولة الاحتلال الخليجين على أنهم شعوب متقدمة ويطمحون للسلام ويعيشون تقدماً صحياً وعلمياً وتكنولوجياً، ومرحب بهم في دولة الاحتلال، وأن الخليج بلاد تسامح وتقبل الآخر بما فيه "الإسرائيلي".

وغيب حساب "إسرائيل في الخليج" الفلسطيني عن المشهد تماماً قبل توقيع الاتفاق، وفي أثنائه، وبعده، متحدثاً عن اتفاقاتها مع دول مثل الأردن ومصر، ولم تتطرق لاتفاقية أوسلو مع الفلسطينيين في القدس والضفة الغربية وقطاع غزة.

وعليه يمكن استنتاج مايلي:

■ تغير الخطاب الموجه للخليج العربي في حساب "إسرائيل في الخليج" تزامناً مع التطورات السياسية على الأرض، وعمل ذلك الخطاب على خدمة الجهود الدبلوماسية على الأرض، حيث سعى "الحساب" كممثل لوزارة خارجية دولة الاحتلال إلى تأطير الحياة بما يتفق مع أيديولوجياتها، في حين ترتكب إجراماً منظماً وجرائم ضد الإنسانية في فلسطين، تسعى في الوقت نفسه لإظهار نفسها في إطار إنساني وأخلاقي مختلف.

■ ركزت دولة الاحتلال على استخدام إطار النتائج الاقتصادية بشكل أساسي في خطابها، وإطار المبادئ الأخلاقية والاهتمامات الإنسانية، وكان واضحاً توجه "إسرائيل في الخليج"

الأيديولوجي المساند والمروج لدولة الاحتلال من خلال الأطر التي صممتها، فالتركيز على الإطار الاقتصادي هنا جاء معززاً لعملية ترتيب الأولويات والترويج لدولة الاحتلال على أنها منارة اقتصادية، في ظل إهمالها للحق الفلسطيني.

أطرت دولة الاحتلال نفسها بأنها دولة إنسانية تقبل الآخر وتتعايش معه، وأنها دولة تقدم علمي ودولة طبيعية في المنطقة، وصورت الخليجيين بأنهم يسعون للسلام ويرحبون بالتعاون معها، فيما غابت الفلسطينيين تماماً، وحاولت تجاهل قضيتهم بشكل تام في حساب "إسرائيل في الخليج"، وهذا يدل على عملية التأطير هي ممارسة تؤثر في العقل لإضفاء معنى على أحداث وموضوعات معينة، بعد أن كانت بلا مغزى، وذلك بهدف جعلها أكثر قبولاً، وإضفاء شرعية عليها.

محددات الدراسة

- لم تتطرق هذه الدراسة إلى تحليل التعليقات على المنشورات قبل وبعد وفي أثناء الاتفاق، لذا ثمة حاجة إلى دراسة جديدة في هذا المجال لدراسة تفاعل الجمهور مع تلك الصفحات.
- لاحظ الباحث ازدياد حجم النشر الكبير والمبالغ فيه في حساب "إسرائيل في الخليج" ما يعني اهتماماً كبيراً من قبل خارجية دولة الاحتلال لهذا الحساب والسعي لتفعيله، وهذا الأمر بحاجة لدراسة أيضاً للكشف عن سبب ازدياد المنشورات.

التوصيات:

- ضرورة تركيز الدراسات والأبحاث المقبلة على دراسة تأثير الصفحات والحسابات التي تركز منشوراتها باللغة العربية لصالح مشاريع التطبيع من أجل الخروج بطرق لمحاربتها.

- تأهيل كوادر إعلامية قادرة على محاربة تلك الصفحات والتصدي للروايات التي تحاول تقديمها للجماهير العربية والخليجية من أجل ضمان عدم اقتناعها بما يجري تقديمه ولضمان بقاء دعمها للقضية الفلسطينية.
- ضرورة تبني وزارة الخارجية الفلسطينية ودعمها لجهود الدبلوماسية الرقمية الموجهة للخليج العربي للتصدي للتوغل الإسرائيلي في الخليج العربي، والسيطرة على الرواية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ولخلق مصادر أخرى للتأطير في المجتمع الخليجي، وذلك لتوفير خيارات متعددة من الآراء، وتجنب احتكار الأيديولوجية حول القضية الفلسطينية في الصفحات التي تديرها دولة الاحتلال الإسرائيلي.
- إنشاء صفحات فلسطينية موجهة للخليج، لفضح جرائم الاحتلال والتصدي للأجندة التي يحاول الاحتلال فرضها على الجمهور الخليجي. وعلى الصفحات الفلسطينية خلق أطر بديلة لمناهضة الأطر الدعائية لدولة الاحتلال التي تحاول أن تري الجمهور فقط، نموذجها “المثالي” من خلال اهمالها لقضايا أكثر أهمية وحيوية، وإبرازها فقط للقضايا التي تتلاءم وأيديولوجية القائم بالاتصال.
- إنشاء فرق متخصصة في إدارة وخلق محتوى خاصة بمنصات التواصل الاجتماعي للحشد الجماهيري ضد رواية الاحتلال في الخليج العربي.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

1. أبو الحمام، عزام. (28 أيلول، 2020). مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية لوسائل الإعلام. *مجلة لباب*. ع (6).
2. بايوني، احمد. (4 نيسان 2021). ارتفاع أعداد مستخدمي شبكات التواصل، و26.17 مليار دولار إيرادات «فيسبوك» في 3 أشهر. *الاقتصادية: جريدة العرب الاقتصادية الدولية*. تم الاسترداد من https://www.aleqt.com/2021/05/04/article_2085916.html
3. البرزنجي، دانا. (2020). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الهياكل والممارسات الدبلوماسية. *المجلة السياسية والدولية*. ع: 43، ص: 43-96.
4. بو سعدة، عمر إبراهيم. (2018). آليات تلقي الخطاب الاتصالي في الإعلام الجديد (التفاعلية واللاتزامنية). *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 2(2)، 76-92.
5. بوعشبة، عائشة، وفي، خيرى. (2019). الدبلوماسية الرقمية وبناء الصور الذهنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة لبعض التجارب العالمية. *المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، 3(2)، 21-43.
6. بوناب، كمال. (2021). الدبلوماسية الرقمية بين الوعود والتحديات. الموسوعة الجزائرية للدراسات الاستراتيجية. تم الاسترداد من <https://cutt.us/y8zu8>
7. الجبوري، سلام. (2013). دور قناتي الحرة والـ(BBC) الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية: دراسة مقارنة. جامعة البتراء. تم الاسترداد من <https://2u.pw/MpOVx>
8. جودة، محمد. (24 تشرين الثاني، 2020). اجتياح مواقع التواصل الاجتماعي: كيف يخترق الاحتلال وعينا. مؤسسة الدراسات الفلسطينية. تم الاسترداد من <https://cutt.us/RsJf3>

9. حركة مقاطعة إسرائيل (BDS) (12 تشرين أول، 2020) (هل هناك عنوان) تم الاسترداد من

shorturl.at/jkJK6

10. حسونة، نسرين. (2015). نظريات الإعلام والاتصال. شبكة الألوكة. تم الاسترداد من

<https://n9.cl/71iyv>

11. حسين، سمير. (1983). تحليل المضمون. القاهرة: عالم الكتب.

12. الخليج أونلاين. (2021). عدد مستخدمي تويتر في الخليج العربي. تم الاسترداد من

<http://khaleej.online/MnPvKX>

13. درويش، ابراهيم. (1 2، 2021). إسرائيل تستغل مواقع التواصل للتأثير على شباب الخليج

عبر فريق متخصص. الجزيرة مباشر. تم الاسترداد من: <https://cutt.us/c7dkU>

14. الدسمه، مبارك حمد. (2013). التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي: دراسة

نظرية في الإعلام الكويتي. (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الشرق الأوسط. تم

الاسترداد من shorturl.at/dkvV0

15. الدلقموني، رماح. (2021). وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام. موقع الجزيرة نت. تم

الاسترداد من <https://2u.pw/uSOvY>

16. دويكات، افنان. (1 كانون ثاني 2020). ورقة حقائق: صفحات الاحتلال الناطقة بالعربية على

وسائل التواصل الاجتماعي. مركز مسارات. تم الاسترداد من <https://n9.cl/7newv>

17. ذا تلغراف: إسرائيل تستغل مواقع التواصل للتأثير على شباب الخليج عبر فريق متخصص. (1

شباط، 2021). الجزيرة نت. تم الاسترداد من <https://n9.cl/n9acs>

18. الرازي، صلاح، شعث. مهند. (تشرين الثاني، 2020). الدبلوماسية الفلسطينية الرقمية: الواقع

والتحديات. مركز مسارات. تم الاسترداد من: shorturl.at/acmtO.

19.ريان، محمد سيد. (2019). ثقافة الجماهير والسلطة: منذ أقدم العصور وحتى عصر مواقع التواصل الاجتماعي. الإسكندرية: دار حناء للنشر والتوزيع.

20.زينون، عبد العالي. (19 آذار، 2018). عربيا: من يستخدم فيسبوك أكثر؟ ومن يستخدم تويتر؟ موقع إرفع صوتك. تم الاسترداد من shorturl.at/hCSW8.

21.سعيد، صفاء. (2020). أساليب الدعاية في الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني عبر الاعلام التفاعلي. معهد الجزيرة للإعلام. تم الاسترداد من: <https://cutt.us/XjzYi>.

22.سلمان، أحمد. (2009). العلاقات الإسرائيلية مع دول مجلس التعاون الخليجي. مجلة مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية. 1-25.

23.سيفرون، وارنر، وتانكرد جيمس. (1992). نظريات الاتصال: الأصول والطرق والاستخدامات لوسائل الاعلام الجماهيري. نيويورك: لونج مان.

24.شبكة الصحفيين العرب. (29 كانون ثاني، 2015) الخطاب الإعلامي الإسرائيلي والنيوميديا. تم الاسترداد من <https://cutt.us/xnfQ5>

25.شلش، ليندا. (28 يناير، 2021). الدبلوماسية الرقمية لتلميع صورة الاحتلال الإسرائيلي بالمنطقة. تم الاسترداد من <https://cutt.us/IPn8z>.

26.الشليمي، فهد. (2020). تغيير أولويات المواطن الخليجي. الكويت: مركز الشرق الأوسط للاستشارات السياسية والاستراتيجية. تم الاسترداد من <https://cutt.us/GQXGA>

27.الشيخ، محمد المختار. (27 شباط 2022). قضية ريان: لماذا حظيت بالتغطية الإعلامية دون غيرها؟ معهد الجزيرة للصحافة. تم الاسترداد من <https://cutt.us/L6CKx>

28.شيخو، احمد. (2022). التكنولوجيا السياسية. القاهرة: تنسيقية شباب الاحزاب والسياسيين. تم الاسترداد من <https://2u.pw/EVCAw>

29. عبد الحميد، راندا. (20 آب، 2020). بحث حول المنهج الوصفي التحليلي. تم الاسترداد من: <https://mqaall.com/descriptive-analytical-method/>.
30. عبد الحميد، محمد. (1980). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. القاهرة: دار الشروق.
31. عزوزي، محمد. (1986). منهجية البحث في العلوم الشرعية. فاس: مكتبة النور.
32. العساف، صالح. (1989). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض: مكتبة العبيكان.
33. عمر، الدهامشة. (حزيران، 2019). *توظيف النخبة السياسية الأردنية موقع تويتر في نشر المعلومات*. تم الاسترداد من جامعة الشرق الاوسط: <https://2u.pw/195H8>.
34. الكوع، معين. مصطفى، هبة. (2022). توظيف المنظمات الصهيونية لتقنيات الدعاية باللغة العربية على الفيسبوك: دراسة تحليلية لصفحة "قف معنا". مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث.
35. الكوع، معين. مصلح، سلسبيل. وعوض، دانا. (2022). توظيف ضاحي خلفان على تويتر للإطار الاستراتيجي والرسائل المقنعة للتأثير على تصورات الجمهور فيما يتعلق باتفاقية التطبيع الإسرائيلية-الإماراتية. مجلة فلسطين لأبحاث الأمن القومي، 2(1)، 91-121.
36. الكوع، معين. واسبيتان، تحرير. (2022). توظيف المركز الفلسطيني لمقاومة التطبيع لتقنيات الاقناع على الفيسبوك: دراسة تحليلية. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية. 6(2)، لم يحدد بعد.
37. الكوع، معين. والصيفي، فراس. وزهران، منال. (2022). مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تطبيق (تك توك) خلال حرب قطاع غزة عام 2021. المجلة العربية للنشر العلمي. (40)، 735-766.
38. لوسـكول. (16 آذار 2022). تم الاسترداد من الوسـكول: <https://www.alloschool.com/element/79308>

39. مركز الخليج للدراسات الاستراتيجية (1 شباط، 2019). الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على

الصراع العربي الإسرائيلي. تم الاسترداد من <http://www.akhbar->

alkhaleej.com/news/article/1183560

40. المركز العربي للبحوث ودراسة السياسات. (16 آب، 2020). اتفاق "أبراهام": تطبيع علاقات

أم إعلان عن تحالف قائم بين الإمارات وإسرائيل؟ ورقة تقدير موقف. الدوحة. تم الاسترداد

<https://cutt.ly/in81nt1>

41. معوش، حسية. يحياوي، هداية. (2021). جائحة كوفيد (19) وحتمية التحول نحو

الدبلوماسية الرقمية. المجلة الجزائرية للأمن الإنساني. 741. تم الاسترداد من

<https://cutt.us/9ETT1>

42. مكاي، حسن. والسيد، ليلي. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية

البنانية.

43. الموسى، عصام. (1995). المدخل في الاتصال الجماهيري. اربد: دار الكتاني للنشر.

44. ميناغان. (2019). الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على الصراع العربي الإسرائيلي. شبكة

الشرق الاوسط وشمال افريقيا للأخبار المالية. Retrieved from <https://2u.pw/5ZdT7>

45. الناصري، سلام خطاب. (2015). وسائل الاعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب. مجلة

الباحث العلمي، 147-162. تم الاسترداد من <https://2u.pw/ZlvZ5>

46. وزارة الخارجية الفرنسية. (تشرين الثاني، 2013). الدبلوماسية الرقمية. تم الاسترداد من

shorturl.at/oJRTW

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Aboudi, Hassan. (2015). Tools of Modern Media Impact Forces: Discourse, Language and Image. *Annals of the Faculty of Arts*, 43, pp. 557-592.
2. Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic analysis. *APA Handbook of Research Methods in Psychology, Research Designs: Quantitative, Qualitative, Neuropsychological, and Biological*. Vol 2, 57–71. <http://doi.org/10.1037/13620-004>.
3. Al Nawawy, M. e.-N. (2022). Normalizing normalization: Emirati and Israeli Newspaper framing of the Israel–Palestine conflict before and after the Abraham accords. *International Journal of Communication*. Vol(16). Pp:1869-1892.
4. Entman, R., & Rojecki, A. (1993). Freezing out the public: Elite and media framing of the U.S. anti-nuclear movement. *Political Communication*, 10(2), 155–173.
5. Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
6. Hemphill, L., Culotta, A., & Heston, M. (2015). Framing in social media: How the US congress uses Twitter Hashtags to frame political Issues. *SSRN Electronic Journal*.
7. Himelboim, I., McCreery, S., & Smith, M. (2013). Birds of a feather tweet together: Integrating network and content analyses to examine cross-ideology exposure on Twitter. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(2), 40–60.
8. Messaris, P., & Abraham, L. (2008). The role of images in framing news stories. In S. D. Reese, J. O. Gandy, & A. E. (Eds.), *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 215-226). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

9. Monroe, B., Colaresi, M., & Quinn, K. (2017). Fightin' words: Lexical feature selection and evaluation for identifying the content of political conflict. *Political Analysis*, 16(4), 372–403.
10. Nelson, T., Clawson, R., & Oxley, Z. (1997). Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *American Political Science Review*. 91(3). 567–583.
11. Pavlik, J. V. (2003). News framing and new media: digital tools to re-engage an alienated citizenry. In S. Reese, O. Gandy, Jr., & August E. (Eds.), *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 311-320). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
12. Senya, D. (2016). The benefits and challenges of electronic diplomacy (E-Diplomacy) to developing countries: The case of Ghana. Retrieved from shorturl.at/cuyV2
13. Wasike, B. S. (2013). Framing news in 140 characters: how social media editors frame the news and interact with audiences via twitter. *Global Media Journal- Canadian Edition*. 6(1). 5-23.
14. Ahmed, S, Cho, J, & Jaidka, K. (2019, Jun 6). Framing social conflicts in news coverage and social media: A multicounty comparative study. *International Communication Gazette*, 81(4). Retrieved from: <https://2u.pw/FKrg5>
15. Friedson, F., & Cohen, U. (2020, Oct 23). Israel's secret weapon: 800 channels on social media. *The Jerusalem Post*. Retrieved from <https://www.jpost.com/israel-news/israels-secret-diplomatic-weapon-800-channels-on-social-media-646689>
16. Zahoor, M. & Sadiq, N. (2021. Jan-Jun). Digital public sphere and Palestine-Israel conflict: A conceptual analysis of news coverage. (LASSIJ): *Liberal Arts & Social Sciences International Journal*. 5(1). 168-181.

قائمة الملاحق

ملحق رقم (1):

قائمة الأساتذة المحكمين:

الاسم	الوظيفة
د. وليد الشرفا	أستاذ الإعلام في جامعة بيرزيت
د. شادي أبو عياش	أستاذ الإعلام والعلاقات العامة في الجامعة العربية الأميركية

ملحق رقم (2):

المواضيع التي ركز عليها حساب "إسرائيل في الخليج" على تويتر

رقم المنشور	الموضوع
المجموع	

ملحق رقم (3):

تأطير دولة الاحتلال لنفسها وللآخر (الخليجي والفلسطيني) في حساب "إسرائيل في الخليج"

رقم المنشور	الإطار	ملاحظات
المجموع		