عمادة الدراسات العليا
جامعة القدس

نِدية الخطاب في مضامين الإعلام الفلسطيني والإسرائيلي الموجه نحو العالم بالإنجليزية وعبر "السوشال ميديا"

صفحتي: "فلسطين الدولية" و "قف معنا" عبر الفيس بوك كحالة دراسية

Stand with Us &Palestine International Broadcast

دانا غازي "محمد سعيد" أبو شمسية

رسالة ماجستير

القدس– فلسطين

1443هـ– 2022م

نِدية الخطاب في مضامين الإعلام الفلسطيني والإسرائيلي الموجه نحو العالم بالإنجليزية وعبر "السوشال ميديا"

صفحتي: "فلسطين الدولية" و "قف معنا" عبر الفيس بوك كحالة دراسية

Stand with Us &Palestine International Broadcast

إعداد:

دانا غازي محمد سعيد أبو شمسية

بكالوريوس: إعلام وتلفزة/ جامعة بيرزيت/ فلسطين

المشرف: د. محمد أبو الرب

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام الرقمي والاتصال من كلية الآداب/ عمادة الدراسات العليا/ جامعة القدس.

1443هـ/ 2022م

عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

الإعلام الرقمي والاتصال/ معهد الإعلام الرقمي

إجازة الرسالة

ندية الخطاب في مضامين الإعلام الفلسطيني والإسرائيلي الموجه نحو العالم بالإنجليزية وعبر "السوشال ميديا"

صفحتي: "فلسطين الدولية" و "قف معنا" عبر الفيس بوك كحالة دراسية

اسم الطالب: دانا غازي أبوشمسية

الرقم الجامعي: 21912447

المشرف: د. محمد أبو الرب

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 2022/5/17م، من لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتواقيعهم:

1- رئيس لجنة المناقشة: د. محمد أبو الرب التوقيع.....

2- ممتحنا داخليا: د. زياد عياد التوقيع.....

3- ممتحنا خارجيا: د. حسين الأحمد التوقيع.....

القدس–فلسطين

1443هـ/2022م

الإهداء

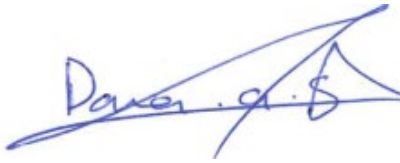
إلى جسد فارقتنا، وروح بقيت معنا، إلى عيون أستطيع مشاهدة فخرها لكنها غيبت عنا قسرا، إلى من أنتمي ولمن يرتبط اسمي به، إلى حبيبي الأول والدي غازي، إلى جبل المحامل، إلى من ترافق مرضها مع دخولي برنامج الماجستير الذي تعبتُ وضعفتُ لضعفها عن مواصلة الحلم ولكنها بقيت السند الدائم كما اعتدنا عليها، تعاهدنا أن تكون نهاية رحلة الماجستير مع نهاية علاجها وشفاءها وهذا ما تم، إلى صاحبة الفضل علي، إلى غايتي وطموحي، إلى سوسنة القلب، إلى رفيقتي ووحيدتي وشريكتي بكل هذه الأوجاع كما الأفراح، إلى أخت لم ولن أرى مثلها، إلى أكثر الأشخاص فخرا بي رزان، إلى زوجها الذي كان عوضا من الله لنا راضي، وإلى بناتها اللواتي أضفن حبا جديدا لقلبي "ميلا وليا"، إلى من جَمع كل هذه الصفات معا، إلى سندي ومسندي واتكائي وقوتي وملكي ومملكتي، إلى شريك الحياة والعمل، إلى من تحمل انشغالي وجهدي وتعبي وقابله بالدعم إلى "جهاد"، إلى نتاج حبنا، إلى لحن القلب والوطن إلى الناي ابنة قلبي، إلى عائلتي الكبيرة والصغيرة إلى أساتذتي ودكاترتي اللذين ما وهنوا يومنا بأن يقدموا لنا مما غرفوا من علمهم، كل باسمه ولقبه، إلى زملائي وزميلاتي في هذه الرحلة الأولى من نوعها، إلى مشرفي الذي لولاه لما كان لهذا العمل أي قيمة، والذي شرفني بأن أكون له ابنة وزميلة وتلميذه في مدرسته وكان من روادها في فلسطين، إلى روحه الشابة وإيمانه بقدرتنا على التغير الدكتور محمد أبو الرب، إلى المدينة التي أنتمي اليها، أعيش تفاصيلها وأورث حبها لأبنائي إلى عاصمتنا القدس...

الباحثة

دانا غازي أبو شمسية

إقرار

أقر أنا معدة الرسالة بأنها قدمت لجامعة القدس لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة عملي الخاص الا ما تم الإشارة له حيثما ورد، وأن هذه الرسالة، أو أي جزء منها، لم يقدم لنيل درجة عليا لأي جامعة أو معهد آخر.

التوقيع: 

الاسم: دانا غازي أبو شمسية

التاريخ: 2022/5/17

شكر وعرفان

كل كلمات الشكر لا تكفي لمن علمني حرفا، وأضاف لخبرتي وعلمي طوال فترة دراستي، وأخص بالذكر من تتلمذت على يده في أول حياتي الجامعية ومرت سنوات وعدت تلميذة أنهل من علمه ومدرسته، المختلف والمبدع الدكتور وليد الشرفا، وكل من كان معنا في رحلة الماجستير من دكاترة أفاضل، أخص بالذكر منهم صاحب الحلم الذي شاركناه فيه فأصبح حقيقة، د. نادر صالحة مدير برنامج ماجستير الإعلام الرقمي والاتصال، ود. حسين الأحمد، ود. معين الكوع، ود. عبير النجار.

أما الشكر الأكبر فلمشرفي وموجهي، على وقته وجهده وتفانيه بالعمل على هذه الأطروحة، لتكون عصارة نتائجها علم ننفع به فلسطين والقدس، انطلاقا من واجبنا الوطني لا المهني.

كما أود أن أشكر زملائي اللذين لم يتأخروا يوما بتقديم المساعدة في مجال تخصصاتهم وأخص بالذكر: نداء يونس، وسام اشتيوي، ووسام عطوان، والجميع.

الباحثة

دانا غازي أبو شمسية

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أطر وأبعاد الصورة الذهنية التي يشكلها الإعلام الإسرائيلي عن الذات الفلسطينية، بالمقارنة مع قدرة الفلسطيني على ترويج روايته للعالم وقدرته على تجاوز رقابة فيسبوك على المحتوى الفلسطيني، ومعرفة الأطر والسياقات التي وظفتها صفحة " قف معنا" و" فلسطين الدولية" في ترويج رواية كل طرف للجمهور الناطق بالإنجليزية، وصولا إلى أكثر الاستمالات العاطفية والعقلانية التي توظفها المنصات الرقمية الفلسطينية والإسرائيلية، بالاستناد على نظرية "التأطير"، باستخدام منهجية تحليل المضمون والمحتوى، للإجابة على السؤال الرئيسي، وهو: كيف وظف الفلسطينيون والإسرائيليون منصة فيسبوك خلال أزمة حي الشيخ جراح وما تبعها في مخاطبة الجمهور الدولي؟

توصلت الدراسة إلى أن الصفحتين تشابهتا في المواضيع التي ركزتا عليهما خلال فترة الدراسة الممتدة من 1 ايار حتى 1 حزيران 2021، وأهمها: العنف والاضطهاد الموجه ضد الفلسطينيين في صفحة "فلسطين الدولية"، والعنف والاضطهاد الموجه ضد اليهود في صفحة "قف معنا"، كما لخصت الدراسة الى أن صفحة "قف معنا" حاولت إلصاق صفة الإرهابي على الفلسطيني في منشوراتها، خاصة تلك الصادرة من قطاع غزة.

حاولت اسرائيل تصدير نفسها كالضحية للإرهاب الفلسطيني، والإرهاب الخارجي سواء كان من إيران أو حزب الله، فيما حاولت صفحة "فلسطين الدولية" تصوير الفلسطيني بالضحية أيضا؛ نتيجة انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي.

غلب إطار الصراع والإطار الانساني على الأطر الأخرى في الصفحتين، وبما أن أغلب الأطر المستخدمة في هذه المواضيع ذات طابع انساني، فالاستمالات العاطفية كانت طاغية على الاستمالات العقلية، استخدمت خلالها صفحة "قف معنا" مخاطبة المشاعر القومية اليهودية، فيما ركزت صفحة "فلسطين الدولية" على مخاطبة الحواس؛ ما أثر على زيادة تفاعل المتابعين مع منشورات الصفحة.

الكلمات المفتاحية: الدبلوماسية الرقمية، نظرية التأطير، آليات التأطير، الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، الاستمالات العاطفية والعقلية

Rival Discourse in The Palestinian and Israeli Media Content in English in Social Media Platforms: “Stand With Us” and “Palestine International Broadcast” Facebook pages as study case.

Prepared by: Dana Gazi Abu Shamsieh

Supervisor: Mohammad Abuelrob

ABSTRACT:

This study aimed at identifying frameworks and dimensions of the mental image of the Palestinian identity speculated by the Israeli media and by the Palestinians under Facebook's censorship of the Palestinian content. To this end, it examines Palestinian identity frameworks in "Stand with us" and "Palestine International" – English-speaking Facebook pages from May 1 to June 1, 2021. It speculates the top ranking emotional and rational propaganda frameworks by both digital platforms. Elaborating on the theory of "framing”; using the content and content analysis methodology, study elaborates to answer: How did Palestinians and Israelis use Facebook during the Sheikh- Jarrah neighborhood crisis and concurrent escalation to address English speaking public abroad?

The study found that the two pages were similar in the topics they focused on, the most important of which are: violence and persecution directed against Palestinians on the “International Palestine” page, and violence and persecution directed against Jews on the “Stand with Us” page. The study also concluded that the "Stand With Us" page tried to label the Palestinian in its publications, especially those issued from the Gaza Strip, as a terrorist.,

Israel tried to export itself as the victim of the Palestinian terrorism, and external terrorism, whether from Iran or Hezbollah, while the "Palestine International" page tried to portray the Palestinian as the victim as well; As a result of the violations of the Israeli occupation.

Conflict and humanitarian frames works are vehemently used to tell the Palestinian-Israeli conflict, The two pages relied on emotional appeals in their publications than the mental framings, the “Stand With Us” page was used to address Jewish national feelings, while the “International Palestine” page focused to address the senses; What affected the increase in the interaction of followers with the page’s publications.

Keywords: Digital diplomacy, framing theory, framing mechanisms, The Palestinian-Israeli conflict, emotional and rational propaganda frameworks.

فهرس المحتويات

الفصل الأول: 1

1.مشكلة الدراسة وأهميتها: 1

1.1المقدمة: 1

1.2.مشكلة الدراسة: 4

1.3. أهداف الدراسة: 5

الفصل الثاني 11

الإطار النظري والدراسات السابقة: 11

2.1. الدبلوماسية الرقمية وتطورها: 11

2.1.1.تعريفات الدبلوماسية الرقمية: 15

2.1.2.منصات الدبلوماسية الرقمية: 15

2.1.3.الدبلوماسية الرقمية في فلسطين: 18

2.2.الإطار النظري: 27

2.2.1.تعريف التأطير: 29

2.2.2.مراحل عملية التأطير: 30

2.3.مراجعة الأدبيات السابقة: 35

2.3.1.الدراسات الأجنبية: 35

2.3.2.الدراسات باللغة العربية: 39

3.1. المقدمة: 46

3.2.منهج الدراسة: 47

3.3.تعريف تحليل المضمون: 48

3.5.طرق الدراسة وأدواتها:..... 51
3.5.1.طريقة الدراسة: 51
3.5.2.أداة الدراسة:..... 51
4.1.نتائج التحليل الاحصائي: 62
أولا: تحليل الصفحة الإسرائيلية "قف معنا": 62
4.2.ثالثا: مناقشة النتائج 97
4.3.رابعا: الإجابة على تساؤلات الدراسة: 109
5.1.المصادر والمراجع: 136
5.1.1.المراجع باللغة الإنجليزية: 136
5.1.2.المصادر باللغة العربية: 140
6.1.الملاحق: 147
6.1.1.استمارة تحليل المضمون: "الصفحة الفلسطينية" 147
6.1.2.استمارة تحليل المضمون: "الصفحة الإسرائيلية" 155
6.1.3.عينة الدراسة لصفحة "قف معنا" الإسرائيلية: 162

فهرس الجداول

4.1.1 شكل المادة المنشورة:.....62
4.1.2 فئة الوسائط المستخدمة:.....63
4.1.3 فئة استخدام الوسم:.....64
4.1.4 فئة توقيت النشر:.....65
4.1.5 فئة الممثل:.....65
4.1.6 فئة لغة المحتوى:.....66
4.1.7 فئة الأطر المستخدمة:.....67
4.1.8 فئة موقع الحدث:.....68
4.1.9 فئة وصف أطراف الصراع:.....69
4.1.10 فئة موضوع المادة المنشورة:.....70
4.1.11 فئة الأهداف:.....72
4.1.12 فئة اللغة المستخدمة:.....72
4.1.13 فئة الجمهور المستهدف:.....73
4.1.14 فئة مصادر المعلومات:.....74
4.1.15 فئة الاستمالات الإقناعية:.....75
4.1.16 فئة الاستمالات العاطفية:.....76
4.1.17 فئة الاستمالات العقلية:.....76
4.1.18 فئة التفاعل بالاعجابات:.....78
4.1.19 فئة التفاعل بالتعليقات:.....79
4.1.20 فئة التفاعل بالمشاركة:.....79

4.1.21 شكل المادة المنشورة: 81
4.1.22 فئة الوسائط المستخدمة: 82
4.1.23 فئة استخدام الوسم: 82
4.1.24 فئة توقيت النشر: 83
4.1.25 فئة الممثل: 84
4.1.26 فئة لغة المحتوى: 84
4.1.27 فئة الأطر المستخدمة في المضمون: 85
4.1.28 فئة موقع الحدث: 86
4.1.29 فئة وصف أطراف الصراع: 87
4.1.30 فئة موضوع المادة المنشورة: 88
4.1.31 فئة الأهداف: 89
4.1.32 فئة اللغة المستخدمة: 90
4.1.33 فئة الجمهور المستهدف: 90
4.1.34 فئة مصادر المعلومات: 91
4.1.35 فئة الاستمالات الاقناعية: 92
4.1.36 فئة الاستمالات العاطفية: 93
4.1.37 فئة الاستمالات العقلية: 93
4.1.38 فئة التفاعل بالاعجابات: 94
4.1.39 فئة التفاعل بالتعليقات: 95
4.1.40 فئة التفاعل بالمشاركة: 96

فهرس الأشكال

4.2.1 رسم بياني توضيحي لشكل المادة المنشورة في الصفحة الإسرائيلية..... 99

4.2.2 رسم بياني توضيحي لشكل المادة المنشورة في صفحة "فلسطين الدولية".....100

4.2.3 رسم بياني توضيحي لفئة الوسائط المستخدمة في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية.....101

4.2.4 رسم بياني توضيحي لفئة الوسائط المستخدمة في صفحة" فلسطين الدولية".....101

4.2.5 رسم بياني توضيحي لفئة استخدام الوسم في صفحة "فلسطين الدولية".....102

4.2.6 رسم بياني توضيحي لفئة استخدام الوسم في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية.....103

4.2.7 رسم بياني توضيحي لفئة الممثل في صفحة "فلسطين الدولية" 104

4.2.8 صورة توضح الاشارة الخاصة في صفحة "فلسطين الدولية".....107

4.2.9 صورة توضح الاشارة الخاصة في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية.....107

4.3.1 صورة من صفحة "قف معنا" الإسرائيلية لتضامن الشعوب مع إسرائيل 112

4.3.2 منشور للتضامن مع القضية الفلسطينية في صفحة "فلسطين الدولية" 113

4.3.3منشور لمعاداة السامية.....113

4.3.4 منشور لحق إسرائيل في الدفاع عن نفسها 114

4.3.5 منشور لصفحة "قف معنا" الإسرائيلية عن العنف و الاضطهاد ضد اليهود 115

4.3.6 منشور للترويج لإسرائيل في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية 116

4.3.7 منشور للحياة فوق الأنقاض في غزة في صفحة "فلسطين الدولية".....116

4.3.8 منشور لأنسنة الجيش الإسرائيلي في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية 117

4.3.9 منشور يوضح العنف و الاضطهاد ضد الفلسطينيين في صفحة "فلسطين الدولية".....117

4.3.10 منشور لصفحة "فلسطين الدولية" عن انتهاكات الاحتلال ومستوطنيه.....118
4.3.11 منشور لصفحة" فلسطين الدولية" عن تضامن الشعوب مع القضية الفلسطينية 119
4.3.12 منشور لقصص صمود وتحدي في صفحة "فلسطين الدولية".....119
4.3.13 منشور للطفل الذي فقد بصره في حرب غزة أيار 2021 في صفحة "فلسطين الدولية" .121
4.3.14 منشور لتوديع والد الشهيد وبكاءه عليه في صفحة" فلسطين الدولية".....122
4.3.15 منشور يخاطب المشاعر القومية للفلسطينيين والعرب وأبناء الجاليات في العالم الخارجي في صفحة "فلسطين الدولية".....122
4.3.16 منشور لصلاة في مسجد دمره الاحتلال في صفحة "فلسطين الدولية".....123
4.3.17 منشور لصفحة "قف معنا" الإسرائيلية عن معادة السامية ومخاطبة المشاعر القومية ..124
4.3.18 "شعار" صفحة "قف معنا" الإسرائيلية 125
4.3.19 منشور للصفحة الفلسطينية عن تقديم المعلومات والوثائق ضمن استمالاتها العقلية.....126
4.3.20 صورة توضح نسبة النشر والتفاعل الاسبوعية لصفحة "فلسطين الدولية" وصفحة "قف معنا" الإسرائيلية ما بين كانون الثاني وشباط 2022.....127
4.3.21 ستة منشورات لصفحة "فلسطين الدولية" تم اختيارها من قبل الباحثة في 10.3.2022 129
4.3.22 ستة منشورات لصفحة "قف معنا" الإسرائيلية اختارتها الباحثة في 10.3.3022 130

الفصل الأول

مشكلة الدراسة وأهميتها:

1.1المقدمة:

في عصر الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي، يلاحظ الاهتمام الكبير من قبل الدول والمنظمات في بناء منصات لها عبر هذه المواقع، تهدف من خلالها إلى التواصل مع الجماهير الخارجية والداخلية، من أجل إيصال صوتها لهذه الجماهير ومحاولة التأثير في مواقفها ونظرتها، للتأثير بعدها على الرأي العام، وتجميل صورتها في أذهان الجماهير لتحقيق أهدافها، كاستغلال الصفحات الرسمية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على موقع الفيس بوك، خاصة ذلك المحتوى الذي ينتجه ذراعها الإعلامي؛ من أجل تحقيق أهداف دعائية بشكل يتوافق مع أهدافها السياسية، (سمير، 2018) حيث يرى والتر ليبمان أن الرأي العام ما هو الا رد فعل على ما نراه في محتوى وسائل الإعلام أو صورة له، وهو ليس بالضرورة انعكاسا للواقع. (Lippmann، 2017) أحد الاساليب التي تتبعها الدول والمنظمات في الترويج لأهدافها وسياستها هو الدعاية الإعلامية، التي تقوم على نشر المعلومات بطريقة موجهه بهدف التأثير على الآراء والسلوك للأفراد، وتظهر الحاجة في زمن الحروب والصراعات إلى الدعاية الإعلامية بهدف مزيد من الاستقطاب للتأييد والمساندة.

تعتبر دولة الاحتلال رائدة في مجال الدبلوماسية الرقمية، إذ عقدت وزارة الخارجية الإسرائيلية عام 2016 المؤتمر الدولي الأول للدبلوماسية الرقمية بمشاركة خمس وعشرين دولة، والذي ناقش موضوع التكنولوجيا في خدمة الدبلوماسية؛ لتحقيق أهداف سياسية والانخراط في حوار مع جماهير مختلفة. (الاسرائيلية، 2016) ويعد الاحتلال الإسرائيلي في فلسطين من أبرز النماذج العالمية في توظيفه للدبلوماسية الرقمية من أجل خدمة سياساته ومصالحه، واعتباره كأداة في دعم سياسات الاحتلال الإسرائيلي وتبرير ممارسات جيشه في فلسطين، (جلولي، 2020) من خلال إنشاء صفحات رقمية خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي وأهمها على الفيس بوك كون هنالك 6.9 مليون اسرائيلي يستخدم الإنترنت، (Department, 2020) من أصل أكثر من 4.5 مليار نسمة في العالم، وتختلف هذه الصفحات في تبعيتها إما لوزارة الخارجية أو الدفاع أو الناطقين باسم الجيش، كذلك هنالك صفحات تسعى إلى نشر رواية الاحتلال عالميا كجزء من الدبلوماسية الرقمية، يساندها في ذلك عدد من المنظمات الصهيونية الداعمة لدولة الاحتلال، ومثال ذلك منظمة "قف معنا. " Stand with US"

كما أن هذه المنظمة وغيرها من المنصات الرقمية التابعة للاحتلال، تستخدم رسائل مدروسة ومصممة حسب نوع الجمهور المستهدف وخلفياته الدينية والثقافية واللغوية، عبر توظيف أساليب الدعاية الإعلامية وتقنياتها في تصميم خطابها ومحتواها.

تركيز الحديث عن المنصات الرقمية والحرب النفسية الإسرائيلية الموجهة ضد العرب ليس بجديد، بل يعود تاريخها إلى المؤتمر الصهيوني الأول في بازل عام 1897 حيث عملت الحركة الصهيونية على تشريد الشعب الفلسطيني من أرضه، متبعةً سياسة التهويل والترهيب، فيما طبقت إسرائيل بعد عام 1948 سياسة (الترانسفير) التهجير الزاحف أو الصامت والتي كانت من أهدافها: طمس الهوية الفلسطينية، وخلق جيل جديد يجهل حقيقة الانتماء إلى الأرض، وتفكيك البناء الاجتماعي. تطورت وسائل الاحتلال ببث رسائله وسرديته القصصية بتطور وسائل الإعلام، واتخذ منها منبرا للتواصل مع جمهوره الداخلي والخارجي، متجاوزا بذلك حدود الزمان والمكان. (زريق، 2021)

ورغم تنوع المشارب الفكرية للعاملين في وسائل الإعلام الإسرائيلية، إلا أن التعددية الفكرية والاختلافات الايدلوجية بينهم، لم تشكل عائقًا أمام تجنيد وسائل الإعلام بشكل تام، لخدمة الهدف الاستراتيجي الأعلى، وهو تجسيد مشروع الوطن القومي اليهودي في فلسطين، ومن ثم فإن الملاحظة الاستكشافية لتغطية وسائل الإعلام الإسرائيلية للشأن الفلسطيني منذ نشأتها، تُبيّن أن النظرة لطرف الصراع الآخر، وهو

الشعب العربي الفلسطيني، لم تختلف بين التيارات الفكرية والعقائدية المتصارعة اختلافًا جديرًا بالانتباه والتسجيل. (جودة، 2019)

تركز إسرائيل في أعمالها الإعلامية على أهداف القومية الإسرائيلية العامة، وما يتفرع منها أهداف خاصة، والمتابع للإعلام الإسرائيلي يلاحظ التوافق الكامل والملائم بين أهداف القومية الإسرائيلية العامة والخاصة وبين العمل الإعلامي الإسرائيلي. (حماد، 2005) فمن أهم ما يميز الإعلام الإسرائيلي الذي يغطي الأحداث الفلسطينية: "خضوعه مباشرة لأجهزة الأمن الإسرائيلية، فهو لا يزال إعلامًا ذا مدلولات أمنية، مرتبطًا وموجَّهًا، يحتل البعد الأمني أهمية قصوى في تعامل الحكومة مع وسائل الإعلام، لاسيما وزارة الخارجية التي تعتبر بكاملها جهازًا إعلاميًّا متكامل النشاطات، بل تُعَدُّ ركيزة الإعلام الإسرائيلي الخارجي، الموجه لدول وشعوب العالم الخارجي، الساعية للحصول على تأييد دولي عالمي فيما يتعلق بالسياسة الإسرائيلية في الأراضي الفلسطينية". (النعامي، 2005)

كثيرا ما اكتفى الإعلام الإسرائيلي بما تمليه عليه الأجهزة الأمنية من معلومات، خاصة فيما يتعلق بأحداث الصراع بين الفلسطينيين والإسرائيليين، حتى لو لجأ إلى استخدام التضليل في المعلومات المقدمة، مستندا على عدة مبادئ، أهمها: النزعة أو اللمسة الإنسانية وإضفاء الطابع الإنساني نتيجة الإرهاب الفلسطيني التي تضطر إسرائيل لمواجهته كل يوم، عدا عن السؤال البلاغي الذي ينتهجه المتحدثون الإسرائيليون أو الإعلاميون، خاصة تلك الأسئلة التي لا إجابات لها، بالإضافة إلى إظهار الفرق الثقافي بين الطرفين– الفلسطيني والإسرائيلي، لجعل المشاهد الأوروبي أو الغربي يشعر بالقرب من إسرائيل وثقافتها وقيمها وتقاليدها. (جودة، 2019)

وفي هذا الإطار، تبحث الدراسة في توظيف الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال والحكومة الفلسطينية في سردها القصصي ومضامينها الإعلامية الموجهة للعالم الخارجي خصوصا جمهور الناطقين بالإنجليزية. على صعيد إسرائيل، ستحلل الدراسة صفحة " قف معنا" STANDWITHUS والتي تعرف نفسها عبر صفحتها على منصة فيسبوك بأنها:" منظمة تعليمية إسرائيلية غير حكومية، تسعى إلى إلهام الناس بمختلف خلفياتهم وأعمارهم، من أجل مكافحة المعلومات المضللة ومعادة السامية".

وتقدم أيضا برامج تدريبية للطلاب في الكليات والمدراس، حول كيفية التأثير على الرأي العام العالمي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام المرئي والمسموع والمقروء بما يخدم دولة الاحتلال.

تتنوع موضوعات الصفحة من الاجتماعية إلى الثقافية والسياسية، وتبث رسائلها إلى جماهير متنوعة وعدد من اللغات المختلفة؛ لتضمن أكبر وصول إلى الرأي العام العالمي والتأثير فيه بما يخدم رواية الاحتلال ومصالحه. وتضم ما يزيد على مليون و 400 ألف متابع حتى نهاية كانون الأول 2021.

في المقابل، ستحلل الدراسة صفحة PALESTINE INTERNATIONAL BROADCAST والتي يتابعها أكثر من مليون متابع.

هي جزء من الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، تبث بخمس لغات (الإنجليزية، الفرنسية، الإسبانية، الروسية والعبرية) كمنصة فلسطينية تسعى إلى إبراز الرواية الفلسطينية الأصيلة وتحقيق رؤية متوازنة عالميا عن طريق التكامل عبر وسائل الإعلام، تقدم برامج ثقافية وسياسية واجتماعية واقتصادية تغطي مختلف جوانب الحياة الفلسطينية. تقوم بترويج مهمتها، ليس فقط من خلال الموقع الإلكتروني، ولكن أيضًا من خلال خدمة الفيديو على منصات التواصل الاجتماعي؛ للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص حول العالم. كما يتم بث برامجها على تلفزيون فلسطين الرسمي، وإذاعة فلسطين الرسمية ووسائل الإعلام الأخرى.

وتستهدف الجاليات الفلسطينية في أوروبا والأميركتين، وخاصة الجيل الحالي من المغتربين الفلسطينيين الذين لا تكفي لغتهم العربية لتمكينهم من فهم الطيف الاجتماعي والسياسي للحياة الفلسطينية. وفي السياق ذاته، تستهدف المستويات السياسية والدبلوماسية الدولية لإبقائهم على اطلاع دائم بالموقف السياسي الفلسطيني والتطورات الأخرى ذات الصلة في هذا المجال.

في ضوء ما سبق، تسعى هذه الدراسة إلى تمحيص أدوات وآليات الوسائط الرقمية في التأثير الجماهيري المتنوع. ستحلل الدراسة مضمون كل من الصفحتين بالتركيز على مضامين الصور والفيديو والسياقات والأطر التي تستخدمها كلتا الصفحتين لإيصال رسالتها عبر الفضاء الرقمي، خاصة فترة أزمة حي الشيخ جراح وما تبعها من عدوان إسرائيلي على قطاع غزة.

1.2. مشكلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحديد أطر وأبعاد الصورة الذهنية التي يشكلها الإعلام الإسرائيلي عن الذات الفلسطينية، وإبراز مدى تحكم العامل الأمني في تغطية الشأن الفلسطيني لاسيما في أوقات الحروب والأزمات السياسية. فمسألة قدرة إسرائيل على تسويق روايتها في استخدام القوة وتهويد أراضي المقدسيين

للجمهور الغربي هي محل فحص بالمقارنة مع قدرة الفلسطيني على ترويج روايته للعالم وقدرته على تجاوز رقابة فيسبوك على المحتوى الفلسطيني.

وبناء على المشكلة البحثية أعلاه، ستحاول الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

– كيف وظف الفلسطينيون والإسرائيليون منصة فيسبوك خلال أزمة حي الشيخ جراح وما تبعها في مخاطبة الجمهور الدولي؟

– ما هي الأطر والسياقات التي وظفتها صفحة " قف معنا" و" فلسطين الدولية" في ترويج رواية كل طرف للجمهور الناطق بالإنجليزية؟

– ما هي أكثر الاستمالات العاطفية والعقلانية التي توظفها المنصات الرقمية الفلسطينية والإسرائيلية في محاولة تسويق كل منها روايتها عالميا؟

– ما طبيعة المنشورات التي حظيت بتفاعل جمهور الصفحتين؟

1.3. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل محتوى ومضمون صفحتي " قف معنا" و"فلسطين الدولية" على منصة فيسبوك؛ ومعرفة كيفية توظيف كل منها لمنصة فيسبوك في ترويج روايتها للجمهور الناطق بالإنجليزية. كما تسعى الدراسة إلى معرفة نوعية المضامين التي يتفاعل معها أكثر الجمهور الناطق بالإنجليزية والمتعلقة بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي، وقبل ذلك تبيان عناصر قوة وضعف الرسالة الإعلامية التي تسعى كلا الصفحتين لترويجها.

1.4. أهمية الدراسة:

ارتفعت نسبة مستخدمي مواقع "السوشال ميديا" بنسبة 9.2% عام 2020 مقارنة بعام 2019، ليصل عدد المستخدمين إلى 3.8 مليار نسمة في مختلف دول العالم. (عوض، 2020) وبالإمكان تفسير هذه الزيادة المتصاعدة لأسباب عدة أبرزها: قدرة هذه المنصات على تجاوز الرقابة، وأوامر المحكمة ووسائل الإعلام التقليدية والحكومات الاستبدادية والديمقراطية، والتكنولوجيا التقليدية الشائعة وحراس البوابة، ما يفتح المجال لأي مجموعة أو تنظيم بأن يصبح منظما ويصدر تعليمات ويمارس السيطرة على أعضائه.

ومن هنا جاءت أهمية إجراء هذه الدراسة باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي تحظى باهتمام كبير، كونها أضحت أبرز الأسلحة الإعلامية التي تستخدمها الدول في ميادينها المتعددة مع الجمهور. كما وتكمن أهمية الدراسة في معرفة كيفية توجيه الخطاب الإعلامي الفلسطيني للعالم الخارجي خاصة في حالات الحرب أو في الظروف السياسية الصعبة من خلال معرفة وإدراك الخطاب الإعلامي ومضامينه، وفهم كيفية توظيف فئتي الاستمالات العقلية والعاطفية، العاطفية من خلال مخاطبة دوافع المتلقي (بمعنى قدرة الرسالة على ملامسة قناعات المتلقي وآلية تفكيره) باستخدام الرموز والشعارات، ومخاطبة المشاعر الدينية، والمشاعر القومية وغيرها، ما يعطي النص قدرة على التأثير على وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية و الاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، أما الاستمالات العقلية التي تشمل الأرقام والاحصاءات والمصادر والوثائق، أي قدرة النص على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج المنطقية، وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها، وإظهار جوانبها المختلفة. (الحميد، 2008)

تأتي أهمية هذه الدراسة أيضا كمنطلق لمؤسسات الإعلام الرسمية وغير الرسمية للاستفادة من التوصيات والدروس المستفادة التي ستخرج بها الرسالة والعمل عليها لتكثيف النشر بعدة لغات لمخاطبة العالم الخارجي وتدويل القضية الفلسطينية بطريقة إنسانية تلامس مشاعر المخاطبين.

يعتبر هذا البحث مدخلا لدراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، بالتركيز على الاستمالات العاطفية والعقلانية.

1.5. فرضية الدراسة:

للتحرير الإعلامي دور في تشكيل المعرفة والواقع، فمحتوى أخبار الوقائع ليس حقائق عن العالم وحسب، بل هو معرفة تتشكل وتشكّل الواقع وفق منظومة معيارية وإيديولوجية تتحكم في اختيار المعلومات والوقائع والأخبار وتحويرها. (يحياوي، 2018) وبهذا، فإن مضامين الخطاب الإعلامي الإسرائيلي عبر الإنترنت خاصة صفحة " قف معنا" تروج لخطاب إسرائيلي مدروس ومعد مسبقا، تعتمد على التأطير والتعبئة بما يخدم سياسات دولة الاحتلال لتصوير ذاتها بأنها الدولة الديمقراطية الوحيدة في الشرق الأوسط، وتقديم نفسها بمشهد الضحية في مواجهة ما تسميه إرهاب الفلسطينيين، في المقابل تحاول صحفة " فلسطين الدولية" ترويج مشهد الضحية الفلسطيني في مواجهة عنف الاحتلال، إلى جانب إبراز انتهاكات إسرائيل بحق الأرض والإنسان الفلسطيني.

ما من شك بأن الخطابات الرقمية تتنافس في محاولتها لتوجيه الرأي العام وإيهام المتلقي بأن الواقع الحقيقي هو ما تقدمه هي من رسائل وأفكار، كجزء من دبلوماسيتها الرقمية عبر الفضاء الالكتروني.

1.6. حدود الدراسة الزمنية والمكانية:

تنحصر هذه الدراسة في حدود تغطية صفحتي " قف معنا" " وفلسطين الدولية" لأزمة حي الشيخ جراح وما تبعها من حرب على قطاع غزة، عبر تحليل مضامينها ومنشوراتها خلال الفترة الزمنية للأزمة.

زمنيًا: تمتد حدودها منذ الأول من أيار وحتى الأول من حزيران؛ كونها تعتبر فترة الذروة للأحداث في فلسطين لاسيما القدس وغزة، وما شهدته من أحداث في منطقة باب العامود والمسجد الأقصى في شهر رمضان، ومنطقة الشيخ جراح وقضية التطهير العرقي في محاولة لتهجير سكان البيوت في حي الشيخ جراح لصالح الجمعيات الاستيطانية الناشطة هناك، بالإضافة إلى تبعيات الأحداث في قطاع غزة وما رافقها من ردود فعل ومسيرات وتظاهرات.

مكانيًا: صفحة: (PBI) **Palestine International Broadcast** على الفيس بوك والتي تم انشاءها في عام(2020) والتي تحظى متابعة ما يزيد على مليون متابع كأكبر صفحة فلسطينية ناطقة باللغة الإنجليزية، مختصة بتعزيز الرواية الفلسطينية الموجهة للعالم الخارجي.

صفحة **Stand With US** على الفيس بوك والتي أنشئت عام 2001 يتابعها أكثر من مليون و 400 ألف متابع، تعتمد على اللغة الإنجليزية في منشوراتها متعددة الإنتاج من نصوص، وفيديوهات وغيرها.

في السياق العام، يعود سبب اختيار الباحثة للحدود المكانية هذه، بناءً على أهمية موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك مقارنة بالمنصات الأخرى، إذ تشير الباحثة جرينفيلد في مقال لها عام 2019 وفقاً لإحصائيات موقع **(Statista)** بأن فيسبوك يعتبر أكبر شبكة اجتماعية في جميع أنحاء العالم، حيث كان لدى فيسبوك أكثر من 2.45 مليار مستخدم نشط شهريًا عالميًا. وكون صفحة **PIB** هي أول صفحة فلسطينية مليونية تتبنى الدبلوماسية الرقمية لإيصال القصص الفلسطينية، تمثل صفحة **STANDWITHUS** نموذجا للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية التي تحاول تبيض صورة الاحتلال الإسرائيلي للعالم الخارجي.

1.7. معيقات الدراسة:

- تقييد الحساب الخاص بصفحة **PALESTINE INERNATIONAL BROADCAST** وتقييد وصول الصفحة ضمن سياسة فيسبوك في حظر المنشورات، نتيجة تعرضها لحملة إبلاغات، بحسب القائمين على الصفحة، وهذا يصعب عملية الوصول لبعض منشورات الصفحة خصوصا التي يتم حذفها.
- صعوبة وصول الباحثة إلى الصفحة بسبب تقييد وصولها لمن يسكنون في مناطق القدس والداخل الفلسطيني كون القدس هو مكان سكن الباحثة، وهذا ما استدعى رصدها من مناطق الضفة الغربية.
- عدم تجاوب صفحة STAND WITHUS مع الباحثة في تضمين المعلومات الكمية المتعلقة بالصفحة سواء في ازدياد أو انخفاض نسبة المتابعة، أو التفاعل من قبل متابعيها، رغم محاولة الباحثة التواصل مع القائمين على الصفحة مرات عديدة.
- الرجوع إلى عينة البحث بعد مرور أشهر وكثافة النشر عبر فيسبوك استغرق وقتاً طويلا للوصول إليه في الوقت والتاريخ المحددين.

1.8. مصطلحات الدراسة:

تنحصر أبرز مصطلحات الدراسات في التالي:

التضليل الإعلامي: العبث بمحتوى اتصالي وتوجيهه بشكل ممنهج، لخدمة أهداف تنحرف عن المصلحة العامة إلى اخرى ضيقة؛ للحصول على نتائج تتعارض مع الحقيقة لترسيخ واقع محدد في ذهن المتلقي. (الشحف، 2015)

الرأي العام: تكوين فكرة أو حكم على موضوع أو شخص ما، أو مجموعة من المعتقدات القابلة للنقاش وبذلك تكون صحيحة أو خاطئة، وتخص أعضاء في جماعة أو أمة تشترك في الرأي رغم تباينهم الطبقي أو الثقافي أو الاجتماعي، فالرأي العام هو ذلك التعبير العلني والصريح الذي يعكس وجهة نظر أغلبية الجماعة تجاه قضية معينة وفي وقت معين. (علي، 2010)

الوعي: حسب قاموس "أكس فورد" المعرفة المتبادلة بين الأشخاص، أو الإيمان الراسخ و القناعة التي تؤدي إلى الاقتناع بصحة الشيء أو مجموعة الأفكار، وهو الصفة التي تميز مقدرة الأفراد والأشخاص على التفكير، وهذا يعني قدرة الإنسان على الفهم وسلامة الادراك بما يحيط به. (عقيلة، 2019)

التأثير: إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة لدى المتلقي، تجعله عند تحركه مدفوعا لهذه الحالة النفسية ومجموعة الأفكار والمعلومات التي لديه، ولهذه الحالة النفسية دور كبير جداً بل أساسي في تغيير سلوك إنسان أو مجموعة من الناس لفترة معينة في اتجاه معين، عدا عن أنه أحد مركبات الاتصال. (الشاعر، 2015)

الدبلوماسية الرقمية: يعرفها قاموس Chakra borty بأنها شكل من أشكال الدبلوماسية العامة الجديدة، التي تستخدم الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لتعزيز العلاقات الدبلوماسية، والاختلاف الرئيسي مع الدبلوماسية العامة الكلاسيكية، تكمن في زيادة الوصول إلى المعلومات وزيادة التفاعل بين الأفراد والمنظمات وكذلك زيادة الشفافية. (إصليح، 2020)

فيما يعرفها (Manor, 2016) بأنها الاستخدام المتزايد لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي من قبل أي بلد من أجل تحقيق أهداف سياستها الخارجية وإدارة صورتها وسمعتها بشكل استباقي.

الدبلوماسية الشعبية: استراتيجية عمل مستمرة ومدروسة في عملية التواصل مع الشعوب الأجنبية، بتنوّعها، أخذًا بالاعتبار اختلاف مشاربها وثقافاتها وقيمها واهتماماتها، وذلك بهدف بناء حوار تفاعلي فعَّال ثنائي الاتجاه، يخدم صانع القرار في فهم هذه الشعوب، كما يخدمه في فهم الشعوب لسياسات بلده وقراراتها وتحركاتها على الساحة الدولية، ويسعى من خلالها للظفر بقلوبهم وعقولهم وصولاً إلى تحقيق الغاية المرجوة. فالدبلوماسية الشعبية (أو العامة) نشاط علني موجه، تقوم به الدولة سعياً إلى تعزيز المصالح الوطنية لها، من خلال الإعلام، للتأثير على الجماهير الأجنبية، وبالتالي فإنها من الناحية النظرية شكل من أشكال النفوذ الدولي العابر للحدود، بحيث تستهدف حكومة الدولة (س) محاولة التأثير الإيجابي على معتقدات شعب الدولة (ص) بعمومها، مستخدمة نطاق واسع من الوسائل الإعلامية المتاحة.

لذلك هي "شكل من أشكال تواصلنا كأفراد مع شعوب الدول الصديقة الأخرى؛ بهدف جذبهم لنا، "وتحبيبهم" فينا، عبر تعريفهم بنا وبوطننا بالشكل الصحيح: "مَن نحن؟ وكيف نعيش؟ وما أهدافنا وآمالنا ورغباتنا، وهو ما يعني تحقيق التأثير الإيجابي في اتجاهاتهم تجاهنا، وتجاه ديننا ووطننا، ومن ثَمَّ انعكاس

أثر ذلك في سياسة بلدانهم الخارجية لصالحنا علميًّا واقتصاديًّا وصناعيًّا وسياسيًّا". وبالتالي فالدبلوماسية الشعبية تشمل كافة الطرق التي تتبعها دولة في محاولة الوصول للمواطنين من المجتمعات الأخرى وجذبهم والتأثير الإيجابي في رؤاهم واتجاهاتهم، وأن الحوار هو أساس هذه العملية وأداتها لتحقيق الأهداف والنتائج المرجوة. (المديفر، 2020)

مواقع التواصل الاجتماعي: هي وسيلة الكترونية حديثة تطلق على مجموعة من المواقع الالكترونية في الفضاء الافتراضي، تتيح التواصل بين من يجمعهم اهتمام أو انتماء أو هواية وفكر معين، لديهم الرغبة في التبادل المادي والمعرفي لنقل المعلومات وتشاركها. (حفاف، 2020)

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة:

يستعرض هذا الفصل جوانب متعلقة بالدبلوماسية العامة والدبلوماسية الرقمية، ودور الإعلام سواء الفلسطيني أو الإسرائيلي في دعم الدبلوماسية الرقمية لوزاراتها الخارجية، وأبعاد وايدولوجيات الإعلام الإسرائيلي، وصورة إسرائيل في الإعلام الموجه للعالم الخارجي، عدا عن استعراض الإطار النظري المستخدم في تحليل مضمون حالات الدراسة، واستعراض الدراسات السابقة التي اهتمت بالإعلام الرقمي، والدبلوماسية الرقمية، ودور الإعلام في تشكيل صورة ذهنية معينة، وتختتم الباحثة الفصل في التعقيب على الدراسات السابقة.

2.1. الدبلوماسية الرقمية وتطورها:

يستعرض هذا المحور سياق تطور الدبلوماسية الرقمية التي تعتمد على الفضاء الرقمي في إيصال ما يريده القائمون عليها، خاصة مع تطور الإنترنت وسهولة وسرعة الوصول إلى المعلومة، دون وجود عوائق وحدود تحول من التواصل المباشر ما بين المرسل والمستقبل.

أولا: الدبلوماسية العامة:

ارتبط مفهوم الدبلوماسية بالحكومات والدول التي تحاول التواصل سواء مع أبناء دولتها، أو حتى مع الدول الأخرى وشعوبها بوسائل شعبية؛ لإيجاد علاقات مباشرة مع الجمهور وكسب تأييدها. واعتبرت سمة

ملاصقة للدول الديمقراطية حسب اللجنة الاستشارية المركزية للدبلوماسية العامة عام 1991 التي عرفتها بأنها التبادل الحذر والمفتوح للمعلومات، فيما طورت هذه اللجنة من هذا التعريف عام 2003 قولها: بأن الدبلوماسية العامة هي الترويج للمصالح الوطنية عن طريق إخبار المواطنين؛ لجذبهم والتأثير فيهم، والتي كانت الولايات المتحدة الأميركية العرابة فيها؛ للترويج لسياساتها الخارجية وكسب تأييد الجمهور لها. (ساعد، 2017)

هنالك تعريفات عدة وردت على النحو التالي:

الدبلوماسية العامة تعني: الآليات والبرامج التي تنتهجها الحكومات لتعزيز مصالحها الخارجية، من خلال التوعية والتأثير على الجمهور الأجنبي ورأيه العام وكذلك جماعات المصالح فيه، بما يحد من سوء الفهم الذي يمكن أن يعقد العلاقات الخارجية. (كابلي، 2010)

اما إيدمون غاليون– وهو موظف سابق في السلك الدبلوماسي عام 1965، فعرفها على أنها تأثير المواقف العامة على صياغة وتنفيذ السياسات الخارجية والتفاعل بين مجموعات المصالح في بلد أو مجموعات مع مجموعات ومصالح دولة أخرى؛ مما يساعد في عملية التواصل ما بين الثقافات، ويرى أن أهم ما يميزها هو التدفق التحويلي. (ساعد، 2017)

وسائل وأدوات الدبلوماسية العامة:

هنالك ثلاثة أبعاد تقوم عليها الدبلوماسية بشكل عام:

- البعد الأول المتعلق بالاتصال اليومي للجماهير والذي يعني الاستعداد الدائم والسريع لتقديم المعلومات سواء للمواطنين أو الصحفيين، ومن يقوم بها عادة هم الدبلوماسيون العاملون في السفارات.
- البعد الثاني المتعلق بالاتصال الاستراتيجي والتي تشبه الحملات الدعائية الإعلامية أو السياسية المتكررة وتكون عادة بشعار واحد، والتي تتم عادة عبر وسائل الإعلام المختلفة سواء المرئية أو المسموعة أو المقروءة.
- البعد الثالث المتمثل في بناء وتطوير علاقات طويلة المدى مع أفراد مؤسسات عن طريق البعثات الدراسية، كمشاريع التبادل الطالبي، دورات التدريب، المؤتمرات.

وبهذا، فالدبلوماسية العامة تعتمد على مختلف وسائل الإعلام في نشر وجهة نظرها حول قضية ما، في محاولة منها للتأثير على الشعوب من خلال مخاطبتها بلغتها الخاصة، وأهمها الصحافة المكتوبة، والاذاعات كصحافة مسموعة أو التلفاز كوسائل مرئية، أو من خلال إرسال من يمثلها من رجال العلم والدين كونهم خبراء في مجلاتهم؛ لتحقيق التأثير على الرأي العام، أو إرسال السفراء الممثلين الرسميين للدول أو التشارك مع مبعوثي الدول والتنسيق معهم بما يخدم مصالح دولتهم. (تايلور، 2010)

كل هذا اختصرته التكنولوجيا وتطورها متجاوزة بذلك قيود الزمان والمكان، فأعفت السفراء من الحضور إلى بلدانهم لتقديم المعلومات، بل أصبح ممكنا عقد الاجتماعات من مكاتبهم وعبر الإنترنت بالصوت و الصورة، مما ساعد في تشارك الثقافات والفكر عبر تبادل المعلومات والأفكار في الفضاء الرقمي، بعيدا عن الدوائر الرسمية، عدا عن خفض الميزانيات المخصصة للسفراء أو المبعوثين، مع سرعة الوصول إلى أي شخص وفي أي مكان، بل ما أدى إلى إعادة تنظيم هيكلية الدبلوماسية العامة وانبثاق نوع جديد منها، وهي الدبلوماسية الرقمية التي تسمح بالتواصل بين طرفين بدلا من اتصال أحادي، والتي أطلق عليها فيما بعد القوة الناعمة.

ومع هذا التطور التكنولوجي وهذا الانتقال من دفع المعلومات إلى المشاركة، عكس تعديلات الدبلوماسية العامة من التركيز على إعلام الجمهور الأجنبي إلى إشراك الجماهير الأجنبية. يرى المؤيدون للدبلوماسية الرقمية أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر فرصًا لتحقيق قفزات غير مسبوقة في الانتقال إلى مجتمع ديمقراطي، وبالتالي تكتسب الشرعية والثقة والمعاملة بالمثل في نظر الجمهور، وفي أواخر عام 2013، أصبح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمثل "استراتيجية اتصالات حيوية وشفافة"، والتي لها فائدة خاصة للحكومات فيما يتعلق بالشرعية والمصداقية. (Missy Graham, 2013) فوسائل التواصل الاجتماعي تسمح بمشاركة جديدة أو موسعة بين الحكومة والمواطنين، المحليين والأجانب على حد سواء (John Carlo Bertot & Munson, 2010). ما يؤدي إلى خلق مجتمع بوساطة تكنولوجية، التي تسمح بتجاوز القوة الصلبة في الممارسات الدبلوماسية العامة، رغم أن هذا النوع من الدبلوماسية يمكن أن يخلق أنواع من الأسئلة الأخلاقية، والتشكيك في مصداقيتها بسبب استخدامها لأسلوب الدعاية والتضليل الإعلامي من خلال تطبيقها للدبلوماسية الرقمية، كونها تعدت أنها أداة فنية للسياسة الخارجية بل أصبحت جزء لا يتجزأ من تجسيد العلاقات العامة.

المحور الثاني: الدبلوماسية الرقمية:

شهدت السنوات الأخيرة ظهور الدبلوماسية العامة الرقمية، تزامنت العملية مع تحول مفاهيمي عرف باسم الجمهور الدبلوماسي التي ركزت على التواصل مع السكان الأجانب بهدف بناء علاقات طويلة الأمد، وسعى إليها الدبلوماسيون ووزراء الخارجية لإطلاق سفارات افتراضية للتفاعل مع الجمهور عبر الإنترنت.

هنالك أربع فرضيات دفعت الدول والمنظمات إلى مزيد من الاهتمام في الدبلوماسية الرقمية مؤخرا، ومنها (Ilan Manor, 2018): 1-الحاجة إلى المواجهة وتكثيف جهود التجنيد عبر الإنترنت 2- الربيع العربي 3- وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتنبؤ تمكنهم من توقع الأحداث في الدول الاجنبية، وصعود مكانة المواطن خلال الربيع العربي والتي من خلالها نشر المعلومات وعلى نطاق عالمي 4- قدرة الصحفيين المواطنين على تأخير الأحداث والتأثير على تغطية الاحتجاجات العربية، والتي هاجر الدبلوماسيون فيها عبر الإنترنت بسبب الرغبة في التفاعل معهم، وتعزيز العلاقات طويلة الأمد مع السكان الأجانب، وخلق بيئة تقبل سياستها الخارجية، حيث نظر الدبلوماسيون إلى وسائل التواصل الاجتماعي كأداة مباشرة وذات اتجاهيين. وبالتالي ، فإن النهج العلائقي هو نهج فريد من نوعه يتضمن دروسًا من تمارين العلامات التجارية القومية، وحملات العلاقات العامة، والشبكات الاجتماعية. كما أكد (Melissen, 2005) فإن البيئة الجديدة تعمل على بناء الثقة وتسهيل التكامل عبر الحدود، وهي جزء من "الأعمال الأساسية" للدبلوماسية العامة والدبلوماسيين، وهو ما يتشابه مع نظرية العلاقات العامة القائمة على التواصل والمصداقية وبناء العلاقات على أسس الثقة والتي كان لها التأثير الكبير على النهج العلائقي للدبلوماسية الجديدة (الدبلوماسية الرقمية).

يعترف هذا النوع من الدبلوماسية بهيمنة الأطراف الفاعلة من غير الدول، والتي لا تمنع السفراء والدبلوماسيين من استمرار عملهم المتمثل بنشر سياسيات بلدانهم والتأثير في الأفراد والمجموعات حتى لو كان على صفحات افتراضية على المواقع الالكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي. (الدسوقي، 2019)

كان للدبلوماسية الرقمية أسماء مختلفة مثل PD 2.0 و e-diplomacy وفن الحكم، أو السياسة المفتوحة في القرن الحادي والعشرين. بشكل عام، تضمن التعريف إشارة إلى استخدام الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة للمساعدة في تحقيق الأهداف الدبلوماسية من قبل الفاعلين الدبلوماسيين. (Deos، 2015)

2.1.1. تعريفات الدبلوماسية الرقمية:

- يرى تقرير لبرنامج مبادرة الدبلوماسية الافتراضية التابعة لمعهد السلام الأمريكي أن الدبلوماسية الافتراضية هي عملية صنع القرار وإدارة وتسوية النزاعات من خلال التنسيق والاتصال والقيام بنشاطات، بالاعتماد على تقنيات الاتصال التي يستخدمها المواطنون أو المنظمات والهيئات غير الحكومية. (ساعد، 2017)
- فيما يرى آخرون بأن الدبلوماسية الرقمية: هي "القدرة على التأثير في سلوك الآخرين للحصول على النتائج التي يريدها المرء" ويطلق عليها القوة الناعمة وهي "القدرة على الحصول على ما تريد من خلال الجذب بدلاً من الإكراه أو المدفوعات"، والتي يمكن أن تكون أكثر أو أقل فاعلية اعتمادًا على موارد رأس المال الاجتماعي المتاحة للممثل. (Deos، 2015) وتم تنقيح التعريف لاحقًا بواسطة Nye عام 2011 على أنه "القدرة على التأثير على الآخرين من خلال الوسائل المشتركة لتأطير جدول الأعمال، والإقناع، وإثارة الانجذاب الإيجابي من أجل الحصول على النتائج المفضلة".
- الدبلوماسية الرقمية: جزء من عمل الوزارات الخارجية والسفارات وهي مفهوم يربط بين تأثير التطورات في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والسياسة الخارجية والدبلوماسية. (الدسوقي، 2019)

2.1.2. منصات الدبلوماسية الرقمية:

يمكن للدبلوماسية الرقمية النفاذ إلى الجمهور عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة كمنصات رقمية للفاعلين ومنها:

الويب: يعتبر من أشكال الإعلام الإلكتروني وأكثره تقليدية، يتميز بسهولة الوصول اليه والتعليق علي ما ورد فيه، يستخدم لعدة استعمالات سواء الترويج لأفكار أو أراء أو حتى منتوجات معينة، مما يساعد الشركة أو الدولة المالكة لهذه الصفحات من معرفة توجهات الجمهور وآرائهم؛ لتتمكن من تحويلها إيجابا اذا كانت سلبية (Devaraj Shruti, 2015) وترى الباحثة أن اللجوء للمواقع الإلكترونية لمعرفة بلد معين وأهم مبادئه وسياساته سهلت على الدول إيصال رسالتها وصورتها للعامة، والتأثير على الصورة الذهنية للمتابع لصفحاتهم ومنها تستطيع إشراك الجماهير بالرسائل التي تريدها بسهولة وسرعة، أو حتى السماح للمتصفحين بإجراء تعديلات على المواد المنشورة أو قص أسئلتهم.

كذلك مواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح للمتابعين بالتغذية الراجعة والتفاعل مع منشوراتها على الصفحات التي أنشئت في ظل الويب أو الشبكة العنكبوتية، من خلال التفاعل مع هذه الصفحات والتي يمكن قياساها بعدد الإعجابات أو التعليقات والمشاركة، مما يساعد في تبادل المعلومات والأفكار وحتى المعرفة.

الانستغرام:

يعتبر ثالث أكثر شبكات التواصل الاجتماعي شعبية، بعد فيسبوك ويوتيوب، حيث يمتلك أكثر من مليار مستخدم نشط شهريًا في جميع أنحاء العالم، وتشير توقعات (statista, 2021) إلى أنه سيكون هنالك 1.2 مليار مستخدم نشط مع حلول عام 2023 .

يتيح هذا التطبيق تبادل الصور والفيديوهات بين الأفراد عبر هذه المنصة، واستخدام علامات التصنيف والعلامات الجغرافية القائمة على الموقع لفهرسة هذه المشاركات وجعلها قابلة للبحث من قبل المستخدمين الآخرين داخل التطبيق. (Buck, 2012)

يعتبر هذا التطبيق من المنصات التي تجعل العلاقة بين الأفراد أكثر حميمة وقربا، وهو ما يتيح للدول استغلال هذه المنصة لخلق علاقة ودية مع الأفراد التي تريد إيصال رسائلها اليهم بطريقة أكثر إنسانية وعاطفية، تدفع المشاركين فيها من خلال هذه الطريقة إلى استخدام وسمhash tag يساعد الصفحة على ابراز القصص لأشخاص آخرين حتى لو لم يكونوا متابعين لهذه الصفحة. (Gulerman, 2017)

تويتر:

منصة الكترونية تمكن روادها من كتابة تغريدات تصل إلى 280 حرفا، تسمح بإعادة نشر هذه التغريدات، وتعتبر من المنصات الأكثر رسمية بين منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها كبار الساسة وكان أبرزهم دونالد ترمب رئيس الولايات المتحدة السابق، أما الأكثر متابعة على تويتر كان بارك أوباما الأسبق، وفي الربع الأخير من عام 2020 ، كان لدى تويتر 192 مليون مستخدم نشط يوميًا. (statista, 2021)

وبسبب سرعة الوصول إلى المعلومات والأفكار التي تحملها التغريدات التفتت الدول لتخصيص التويتر كمنصة أساسية لدبلوماسيتها الرقمية؛ كونها تمكن القائمين بالدبلوماسية الرقمية على التواصل الدائم مع التغريدات المعنيين فيها، والتي تساعدهم على نشر رسائل وأهداف الدولة وإيصالها للجهات المنشودة.

الفيس بوك:

أحد أهم وأبرز منصات التواصل الاجتماعي الذي تأسس عام 2004 يملك أكبر قاعدة جماهيرية من حيث عدد مستخدميه، حيث بلغ عدد مستخدمي " الفيسبوك " النشيطين في العالم إلى غاية منتصف عام 2021 2.9 مليار مشترك نشط شهريا حسب (statista, 2021) تتميز هذه المنصة بشعبيتها وسرعة الوصول إلى ما يرد فيه من معلومات وأفكار؛ نتيجة إمكانية إنشاء صفحة خاصة أو مجموعات أو صفحات، بل حتى إعلانات بأسعار مقبولة تساعد الفاعلين على الوصول إلى أكبر عدد من المشتركين؛ نتيجة احتواءه على العديد من المعلومات الديمغرافية لمستخدميه، بالإضافة إلى توفير الفيس بوك لخاصية "المشاهدة أولا" التي تمكن القائمين على الدبلوماسية الرقمية عبر منصات الفيس بوك من وضع منشورات ضمن هذه الخاصية؛ التي تساعد على إمكانية مشاهدة المنشورات لحظة نشرها، عدا عن إمكانية ارفاق الصور والفيديوهات والرسوم البيانية مع المنشور، وهذا ما يبرر لجوء الدول لهذه المنصة، ترجم ذلك بإنشاء عدة صفحات لعدة دول بلغات مختلفة برزت فيها دولة الاحتلال والولايات المتحدة الأميركية خاصة لغات الدول التي لها معها صراع طويل الأمد (اللغة الإيرانية والفارسية والعربية والانجليزية والروسية) أو حتى لغات الدول العظمى كالصين وغيرها. (نومار، 2012)

وبمعزل عن الخوض في تفاصيل المنصات الرقمية، فإنها تشكل في مجملها جزء من هذا الفضاء السيبراني والذي بات يلعب دورا في مختلف مجالات الحياة وتغيير طريقة تواصل الناس فيما بينهم.

في أوقات الصراع والازمات، يتصاعد الاهتمام بمنصات التواصل الاجتماعي، إذ يمكن للأطراف المتصارعة تنفيذ حملات دعائية، ومهاجمة المعارضين والتواصل مع الجمهور والتأثير على آرائهم. وقد أدى هذا في النهاية إلى إنشاء نظام أساسي للصراع الافتراضي يتساوى مع، ويفوق أحيانًا، الصراع الحقيقي على الأرض، من خلال الاستفادة من سهولة الوصول إلى الشبكات الاجتماعية، إذ يمكن لأي حزب أو جماعة سياسية استخدام العالم الافتراضي وتسخير جميع طاقاته التفاعلية واللامركزية لتعبئة الجمهور وتعظيم عدد المؤيدين. ويقع الصراع العربي الإسرائيلي في قلب هذا الصراع لأسباب عديدة أولا: أن طبيعة الصراع السياسي تتجاوز حدود الزمان والمكان. ثانيا: الاحتلال الإسرائيلي هو آخر احتلال مستمر زمنيا في العالم، وأخيرا أن النضال الفلسطيني من أجل الحرية مشروع.

ومع ذلك، فإن مثل هذا الصراع السيبراني لا يتناسب على الإطلاق مع الصراع الحقيقي، لأنه لم يتطور بعد إلى حرب إعلامية فكرية تعادل المشاركة الحقيقية في الحياة بين الإسرائيليين والفلسطينيين. في حين أن الخطاب السيبراني الفلسطيني مصمم بشكل أساسي وموجه للفلسطينيين، فإن النظير الإسرائيلي يستخدم

العالم الافتراضي لنقل الرسائل والتعبير عن مواقفه الظاهرية للفلسطينيين والشباب العربي، الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع. (Mualla, 2017)

وهذا جل ما تقوم به وسائل الإعلام الجماهيرية في الترويج للمعتقدات المتعلقة بوضع مجموعة قومية أو إثنية تجاه أخرى، وذلك من خلال نسج مجموعة من الأساطير الإعلامية حول منشأ الصراع والأدوار البطولية للمجموعة القومية أو الاثنية وصياغة روايات تاريخية حول مراحل الصراع تكتسب طابعا أسطوريا، حسب دراسة (العالي، 2009) وعلى هذا الأساس تتأسس لدى المجموعة القومية خصوصا في حالة الصراع الفلسطيني الإسرائيلي مجموعة من الأساطير الصراعية وإيتوس (خليقة صراعية) تحدد مجموعة من المعتقدات المركزية وثوابت في التعامل مع المجموعة القومية أو الإثنية أو الدينية التي ينظر إليها كعدو دائم وأبدي، وهذا ما يجعل حل الصراع أو تناوله إعلاميا بطريقة موضوعية متوازنة صعبة المنال لأن مجال الصراع يمتد حتى إلى المصطلحات الإعلامية. وهذا الصراع تعكسه وسائل الإعلام من خلال المعالجات الجزئية للواقع، وكل طرف يفرض على جمهوره وعلى الرأي المحلي والعالمي الصورة التي يراها ويتبناها هو للصراع ولأسبابه، مركزا على عدالة القضية التي يدافع عنها، أي وصف للواقع كما يراه، وتمرير مجموعة من الصيغ والمفردات التي لها مدلول خاص ومتحيز أو الميل إلى عرض القضية من خلال التبسيط والتسطيح والاختزال إلى حزمة من الثنائيات.

2.1.3.الدبلوماسية الرقمية في فلسطين:

يصعب على السلطة الوطنية الفلسطينية محاكاة نماذج ناجحة في الدبلوماسية الرقمية بفعل ما يفرضه الاحتلال من تضييقيات وملاحقات، إضافة للسياق العام للقضية الفلسطينية والضغوطات المالية التي تفرض على وزارات الحكومة الفلسطينية وتؤثر على الوضع الاقتصادي لها، فلا غرابة بأن الدبلوماسية العامة أو حتى الرقمية في فلسطين ترتيبها حول العالم جاء في المركز الثاني والسبعين، (بدر، 2021) إلا أن دخول مجموعة متطوعة ناشطة من الشباب والشابات الفلسطينيين على خط الدبلوماسية الرقمية ساهم وساعد في تعزيز الأداء الفلسطيني عبر الإنترنت خاصة في الفترة التي تشهد ذروة في أحداثها السياسية، أخرها كان في "هبة القدس الأخيرة" وحرب أيار ومحاولات التهجير القسري لسكان حي الشيخ جراح، تعزز الوجود الفلسطيني على الفضاء الرقمي من خلال استخدام تقنية البث المباشر سواء من باب العامود أو المسجد الأقصى أو من أحياء القدس التي ساعدت الجمهور على البقاء في تواصل مستمر، أو من خلال اشراك مؤثرين(انفلونسر) في الحديث عن القضايا السياسية، ما ساعد على التفاعل مع القضية الفلسطينية. الأمر الذي أقلق دولة الاحتلال ودفعها لاجتماعات مع القائمين على هذه المنصات ومحاربة

المحتوى الفلسطيني، حيث وثق مركز "صدى سوشال" المختص في حماية المحتوى الفلسطيني عبر منصات التواصل الاجتماعي أكثر من 770 انتهاكا، تعرض له المحتوى الفلسطيني خلال شهر مايو/ أيار وهي النسبة الأعلى التي وثقها المركز منذ سنوات، وكان لافتاً أن هذه الانتهاكات توزعت على غالبية منصات التواصل الاجتماعي العالمية وأبرزها على الفيس بوك وتويتر. (سوشال، 2021)

تتواجد فلسطين في الشبكة العنكبوتية على عدة منصات تستخدمها وزارة الخارجية الفلسطينية في إيصال رسائلها، وتتنوع هذه الرسائل بين معلومات عامة عن فلسطين، ومعلومات عن وزارة الخارجية وكيفية التواصل معها والحصول على تأشيرات لزيارة فلسطين، وأماكن تواجد مكاتبها التمثيلية، والنشاطات التي يقوم بها ممثلوها، بالإضافة إلى مواضيع أساسية في القضية الفلسطينية ومنها: الأسرى، والاستيطان والقدس واللاجئين وغيرها، وتتواجد وزارة الخارجية رقميا على النحو التالي:

الموقع الإلكتروني : www.mofa.pna.ps وهي المنصة الرسمية الإلكترونية الأولى التي تتضمن المعلومات الأساسية للوزارة وخدماتها والسفارات والقنصليات المنتشرة حول العالم، كما يتضمن الموقع آخر التحديثات والأخبار حول أنشطة الوزارة وفعالياتها باللغتين العربية والإنجليزية.

تويتر: يحمل حساب تويتر الرسمي لوزارة الخارجية الفلسطينية وهو حساب "غير موثق" تحت اسم الخارجية الفلسطينية وعنوانه pmof @

يوتيوب: توجد لوزارة الخارجية الفلسطينية قناة يوتيوب تحت اسم" وحدة الإعلام بوزارة الخارجية"، لا يصل عدد مقاطع الفيديو الخاصة بها ومتابعيها إلى عشرة.

غوغل بلس :+ Google وهي منصة تواصل اجتماعي تتبع محرك غوغل للبحث، وقد أنشأت وحدة الإعلام بوزارة الخارجية حساباً على المنصة، يرتبط محتواها في اليوتيوب بشكل متطابق.

فليكر : Flickr وهو موقع مخصص للصور، وقد أنشأت وزارة الخارجية حسابها على هذه المنصة عام 2012.

رغم استخدام وزارة الخارجية للعديد من المنصات الرقمية، إلا أنه من الملاحظة الأولية يتضح وجود ضعف في التفاعل مع هذه المنصات، عدا عن ضعف انتظام النشر واستمراريته. والمعضلة الأكبر كانت في صياغة المحتوى، وضعف عناصر الجذب ومهارات النشر التفاعلي. (العال، 2018)

2.1.4. دور الإعلام الفلسطيني في دعم الدبلوماسية الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

للإعلام الفلسطيني دور في دعم الجهود الدبلوماسية للتأثير على الدول والجماهير التي تتعامل معها، ودورها في تقديم صورة الدولة لدي شعوب العالم، عدا عن دورها وجهودها من منظور إعلام النخبة– لما في ذلك من علاقات بين النظام السياسي والإعلامي خلال التطور التاريخي، لفكرة قيام الدولة الفلسطينية، فالإعلام قادر على دعم الجهود الدبلوماسية الرقمية من خلال تغطية الأخبار والوقائع، بسرد القصص الفلسطينية لاستفزاز وتوجيه الرأي العام، بالإضافة إلى استضافة الشخصيات السياسية والقانونية لتفسير القضايا المتعلقة بالاعتراف بالدولة، والتركيز على بعض الأمور الأساسية للقضية الفلسطينية كاللاجئين والقدس وغيرها، ليكون الإعلام الفلسطيني مصدرا للأخبار والوقائع للجمهور الداخلي، ووسيلة اتصال مع الجمهور الخارجي بدل من توجهه للإعلام المعادي (إعلام الاحتلال) الذي يعمل على تغيب الفلسطيني في وسائله الإعلامية.

الا أن هنالك العديد من القضايا التي يمكن أن تعرقل عمل الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، متمثلة في الانقسام الفلسطيني السياسي والجغرافي، وعدم الجدية، والضعف العربي، والتنصل والتدخل الخارجي في الشأن الفلسطيني، والضغط على السلطة الفلسطينية، والاعتداءات الإسرائيلية، والمفاوضات الإسرائيلية الفلسطينية المتوقفة وغيرها. (ضاهر، 2017) هذا يعني ضرورة تفعيل دور الجاليات الفلسطينية والجهود الإعلامية حول العالم من خلال أنشطة تضامنية مع الحالة الفلسطينية، وضرورة إعادة توحيد الجسم الفلسطيني، بالإضافة إلى إطلاق قنوات غير عربية لإيصال الأحداث الفلسطينية والاعتداءات الإسرائيلية إلى العالم؛ لإحراج أوروبا والدول التي تنحاز إلى الجانب الإسرائيلي وتعبئة الرأي العام من أجل القضية الفلسطينية ضد الاعتداءات الإسرائيلية.

2.1.5. الدبلوماسية الرقمية في دولة الاحتلال:

مع بدء انطلاق شرارة الثورات العربية وإدراك الكل لا سيما إسرائيل لدور الإعلام الرقمي في إحداث تغييرات اجتماعية واقتصادية بل وحتى سياسية لتصل إلى إسقاط الأنظمة الحاكمة، بدأت إسرائيل نشاطا مركزا في دبلوماسيتها الرقمية منذ عام 2011(شلش، 2021)، حتى وصلت إسرائيل إلى المركز الثامن دوليا في ترتيب وزارات الخارجية الدولية في الدبلوماسية الرقمية، متقدمة بذلك على دول كبرى مثل: ألمانيا اليابان وسوسيرا، حسب تقرير الدبلوماسية الرقمية لسنة 2016 والتي تستخدمها كأداة لنشر الرواية الإسرائيلية، بواسطة تفعيل أكثر من 850 قناة عبر الشبكة العنكبوتية تابعة لوزارة الخارجية

الإسرائيلية، بست لغات مختلفة (الإنكليزية، العربية، الإسبانية، الروسية، الفارسية، العبرية)، عدا عن أن كل سفاره إسرائيلية في العالم لها منصة خاصة بها بلغة البلدة المضيفة أي ما يزيد على 50 لغة. هذا ما جعل الصراع الحقيقية على أرض الواقع ينتقل إلى صراع سيبراني، رغم عدم مناسبته على الإطلاق لما يحدث في الحقيقة، لأنه لم يتطور بعد إلى حرب إعلامية فكرية تعادل المشاركة الحقيقية في الحياة بين الإسرائيليين والفلسطينيين. في حين أن الخطاب السيبراني الفلسطيني مصمم بشكل أساسي وموجه للفلسطينيين، فإن النظير الإسرائيلي يستخدم العالم الافتراضي لنقل الرسائل والتعبير عن مواقفه الظاهرية للفلسطينيين والشباب العربي، الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع.

عمليا، توظف إسرائيل جملة من المنصات الرقمية باللغة العربية لاستقطاب العرب، كصفحة أفيخاي أدرعي المتحدث باسم جيش الاحتلال،" وإسرائيل تتكلم العربية" وغيرها. من حيث الوصول، نجحت هذه المنصات في الوصول إلى مئات الآلاف من العرب كمتلقين للرسائل الإسرائيلية الموجهة، والتي تعبر عادة عن وجهة النظر الأيديولوجية الإسرائيلية بينما العرب ليس لديهم ما ينقلونه إلى المجتمع الإسرائيلي، أما من حيث التأثير، فهذه مسألة أخرى تحتاج إلى بحثها بطرق علمية.

برزت صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي أفيخاي أدرعي كواحدة من أساليب الاحتلال في الدبلوماسية الرقمية والتي خصصت صفحته لأغراض إعلامية مختلفة منها: بث الأخبار والمعلومات، والتعبئة، والتواصل مع الفلسطينيين، ونقل وجهات النظر الإسرائيلية، والرد على الدعاية المضادة، وتشجيع الحوار والنقاش. كما تستغل هذه الصفحة عددا من الأساليب الدعائية وهي: تكوين صورة ذهنية، والانتقائية، واستخدام الشعارات، والتنميط، وإثارة الغرائز الطبيعية للإنسان، والتأكيد بدلاً من النقاش والتكرار.

تناولت الصفحة قضايا الصراع بطرق مختلفة: استعراض عضلات والتبرير وأنسنة الإسرائيلي. كما وتسعى صفحة أفيخاي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أبرزها تصوير الجيش الإسرائيلي على أنه إنساني في محاولة لتغيير الصورة النمطية للجيش الإسرائيلي، وممارساته الوحشية ضد المدنيين الفلسطينيين. في المقابل تهدف الصفحة أيضًا إلى تصوير جيش الاحتلال بأنه لا يقهر دائمًا وقويًا وقادرًا على الدفاع عن الدولة.

من جهة أخرى، تحاول الصفحة ترهيب وإحباط الفلسطينيين، لكنها في الوقت نفسه تسعى إلى التقارب معهم. بالإضافة إلى ذلك، تقسم الصفحة الفلسطينيين إلى مجموعتين: إرهابية وسلمية، تصنيف يتوافق مع

السياسة الإسرائيلية في تقسيم فلسطين جغرافيًا إلى قسمين منفصلين: الضفة الغربية كمجتمع مسالم يتفاوض مع إسرائيل وقطاع غزة كمعقل للإرهابيين.

فيما لا تتضمن الصفحة أيضًا محتوى يحافظ على اتصال حقيقي أو يثري النقاش حول قضايا الصراع. بدلا من ذلك، فإنه يركز على القضايا العسكرية والأمنية، من ناحية أخرى، تسعى إلى التقارب مع الفلسطينيين / العرب من خلال إنشاء ما يبدو أنه نموذج للعلاقات الاجتماعية يهدف إلى خلق صورة ذهنية لإسرائيل وتصنيف الأعداء على أنهم إرهابيون لا تتسامح إسرائيل معهم، حسب دراسة. (Mualla, 2017)

كما وبينت دراسة (سمير، 2018) استغلال الصفحات الرسمية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على موقع الفيس بوك للمحتوى الذي ينتجه ذراعها الإعلامي من أجل تحقيق أهداف دعائية بشكل يتوافق مع أهدافها السياسية، من خلال رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي من خلال صفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي باللغة العربية أفيخاي أدرعي للتعرف على المعاني الكامنة فيها وتحليل دلالات الصور المنشورة وغيرها، كون الخطاب الدعائي الإسرائيلي لا يستهدف فقط المتابع الفلسطيني، إنما لديه متابعين من الجبهة الداخلية الإسرائيلية، وتسانده فيها الصحف المحلية الإسرائيلية، كيديعوت أحرونوت، وهآرتس، ومعاريف، وإسرائيل اليوم، كذلك البرامج التلفزيونية والإذاعات والتي تستهدف رفع الروح المعنوية والحفاظ على الجبهة الداخلية الإسرائيلية. كما تستهدف تحطيم الروح المعنوية وتبرير الجرائم والمجازر، والتي تعد من سلم أولويات الخطاب الدعائي الإسرائيلي، وقد أوضحت الدراسة أنه عمل مروجو الدعاية جنبا إلى جنب مع الآليات العسكرية التي تستهدف الفلسطينيين، مستثمرين ضعف الرؤيا الفلسطينية بشكل خاص والعربية بشكل عام، والتي اعتمدت على الخطابات الجماهيرية والوسائل التقليدية، وهو ما يوضحه تصدر إسرائيل قائمة الدول الأكثر توظيفا للدبلوماسية الرقمية، في حين جاءت فلسطين والدول العربية في مراتب متأخرة في القائمة.

2.1.6. دور الإعلام الإسرائيلي في مساعدة الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال:

تبرز دراسة (جودة، 2019) مرتكزات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي في تغطية الشأن الفلسطيني، والصورة التي يشكلها عن الذات الفلسطينية، ومدى تحكم العامل الأمني في مخرجاته، لاسيما خلال الحروب والأزمات السياسية؛ حيث تمارس المؤسسة العسكرية والأمنية سطوتها على ما يبثه الإعلام الإسرائيلي.

مرتكزة على الترغيب والإثارة، وغسيل الدماغ، والتلاعب بالعواطف، تقوم على مخطط دعائي يشمل الأهداف والأدوات والمراحل، والمنطق الفكري والأسانيد والحجج المتماسكة، بحيث يتوجه لأشخاص لتغيير استجاباتهم عبر الإقناع، ويقوم على فكرة اكتشاف الحادث الصغير، ثم تضخيمه، والتهويل من أمره، وخلق نوع من الجدل حوله. وتعتبر وسائل الإعلام الإسرائيلية حلقة مهمة في سلسلة حلقات ضبط العلاقة مع الفلسطينيين، ومهمتها إملاء المواقف المحددة في الموضوعات الأمنية.

ومن خلال تحليل محتوى الإعلام الإسرائيلي المكتوب والمسموع والمرئي والالكتروني، وتحليل بعض المفردات بين عامي 1987 و2017، وهي السنوات التي شهدت تطورات سياسية وأمنية كبيرة بين الجانبين، أهمها: انتفاضة الحجارة 1987، وانتفاضة الأقصى 2000، وبينها حروب غزة 2008، 2012، 2014، وانتفاضة القدس 2015، وصولًا إلى إضراب الأسرى الفلسطينيين في السجون الإسرائيلية في2017، اتضح أن هنالك اجتثاث للوجود الفلسطيني ونفي كينونته وإحلال الآخر/الإسرائيلي في أرضه من خلال الإمعان في طمس هوية الفلسطيني والقتل الرمزي لكينونته، وهو ما يجعل هذا الإعلام يحيد عن الأسس والمعايير المتعارف عليها في التقاليد الصحفية والإعلامية، فضلًا عن استحضار الجوانب الشخصية لبعض الكُتَّاب والمراسلين الإسرائيليين وإظهار مدى ارتباطهم بالمؤسستين العسكرية والأمنية، واستخدام وسائلهم الإعلامية للتعبير عن الموقف الرسمي المتماهي مع الأيديولوجيا الصهيونية.

اما (حسونة ن.، 2018) فتحدثت عن استخدام المجتمع الإسرائيلي للإنترنت، وتسهيل الحكومة وصول هذه الخدمة للجمهور، وتشجيعها للمدارس، والوزرات، والجيش، والبنوك، والمؤسسات، والأفراد، لاستخدام الإنترنت بالإضافة إلى اعتماد الحكومة للإنترنت كوسائل اعلامية في المجال الإخباري، تساهم في شرح السياسة الإسرائيلية ونشرها بلغات أخرى، بالإضافة للتشكيك في الرواية الفلسطينية بشكل منهجي ومبرمج ومؤطر يصل إلى حد التكذيب والسخرية، وتصل درجة الاعتماد القصوى على الرواية الإسرائيلية الرسمية الخبرية إلى درجات مذهلة تصل إلى حد التبني، رغم وجود العديد من الثغرات فيها، حيث يقوم العالم الإسرائيلي دائمًا بتضخيم حجم خسائر اليهودي، فيما عندما يتعلق الأمر بارتقاء شهداء من الجانب الفلسطيني فإن معظم محرري النشرات باللغة العربية والعبرية يتعاملون مع الشهداء الفلسطينيين كأرقام فقط، ويلجأ المحررون باللغتين العبرية والعربية إلى صيغة "المبني للمجهول" عدا عن التحيز لصالح المستوطنين بشكل مطلق وفج، واستخدام أسلوب التحريض على الكل الفلسطيني بما فيها القيادات.

لاحظت الباحثة في رصدها للصفحات الإسرائيلية، أن الخطاب الإسرائيلي يركز على خمسة محاور جوهرية، وهي:-

- استخدام اللغة الاستعلائية وإظهار التفوق الإسرائيلي الحضاري والعلمي والتكنولوجي.

- التركيز على الروابط الثقافية والتاريخية بين الإسرائيليين والعرب.

- أنسنة دولة الاحتلال خاصة الجنود الإسرائيليين المتواجدين على نقاط التفتيش والحواجز العسكرية المقامة على أراضي الفلسطينيين، كنشر صورة لجندي يساعد طفلة أو مسنه.

- تقديم التهاني في المناسبات الدينية والأعياد، أو إبراز أحد أفراد الجيش الإسرائيلي بأنه أبن هذه الطائفة ويشارك زملائه في الجيش طقوس احتفالاته.

-تصور إسرائيل نفسها على أنها دولة الديمقراطية الوحيدة في الشرق الأوسط والأكثر تطورا وانفتاحا باحترامها لحرية الرأي والتعبير واحترام المرأة والعديد من الصور التي تصورها على أنها دولة متقدمة.

2.1.7. الإطار السياسي و العقائدي للإعلام الإسرائيلي:

يرتكز الإعلام الإسرائيلي في جوهره على عدة منطلقات أيديولوجية وسياسية، أبرزها: (عامر د.، 2018):

- **الحرب النفسية** تجاه الفلسطينيين والتي تعتمد على الاستدراج البطيء والغفلة والسذاجة كنشر الإشاعات، والتعتيم الإعلامي، وتكرار الحديث عن بعض الظواهر في ثوب إعلامي لتحويل الواجهة لما يخدم أهدافهم ومصالحهم، لإصابة الفلسطيني بالوهن والإحباط والضعف وتكسير ثقتهم بقيادتهم السياسية.
- **توصيف الانتفاضات:** منذ أن اندلعت الانتفاضات الفلسطينية على اختلاف مراحلها التاريخية: سعت إسرائيل لفرض تعتيم إعلامي عليها، منطلقة بعدة ايدولوجيات تناسبها مع التغيرات الزمانية والمكانية ومنها: أن الفلسطيني هو من بدأ الحرب وإسرائيل ما هي الا دولة تدافع عن نفسها، وبذلك فالفلسطيني هو المعتدي والإسرائيلي هو المعتدى عليه، لتبرئة ساحة الاحتلال وما يرتكبه من مجازر، كما والعمل على إبراز أي إخفاقات فلسطينية خلال الانتفاضات باعتماد أسلوب التكرار، أو حتى التهويل وإطلاق الاشاعات.

- **الرقابة العسكرية:** استخدمت وسائل الإعلام الإسرائيلية عددًا من المصطلحات الانتقائية، الدلالة والتعبير فيها يتعلق بالأحداث التي تخص علاقة إسرائيل مع الفلسطينيين، (كيهودا والسامرة بدل الضفة الغربية، والمخرب والارهابي بدل الفدائي، وبدل الفلسطينيين الشعب الفلسطيني، والسكان الإسرائيليون بدل المستوطنين، والأحياء السكنية بدل المستوطنات وغيرها الكثير) بل كانت تمتنع عن بث بعض الأخبار أو تصريحات بعض الدول لصالح فلسطين لدواعي أمنية سرية.
- **تسويق الأكاذيب:** باستخدام صيغة المبني للمجهول خاصة في عمليات القتل كقولها قُتل؛ لتخفيف مسؤولية جيش الاحتلال عن الفعل، والتشكيك بالرواية الفلسطينية خاصة بعدد الشهداء اللذين قتلوا على يد جيش الاحتلال، وتقديم أكثر من رواية حول حدث واحد ومعظمها تكون متناقضة لتضع المشاهد في حيرة وتفتح مجال للتساؤلات لديه.
- **تبرير الاغتيالات:** باستخدام مصطلحات تخفف من هول الاجرام التي تقوم به خاصة في عمليات الاغتيال بوصفها عملية قتل، أو الدفاع الإيجابي والتصفية الموضوعية، وتبريرها بأن من يريد قتلك يجب قتله من خلال نشر روايات موجهه للعالم الخارجي عن خوف أطفالها من عمليات قد ينفذها فلسطينيون في أراضيهم، واعتماد أسلوب التهويل بما يبرر اغتيالاتهم بأن المطلوب كان يحمل حزاما ناسفا أو غير ذلك، بالإضافة إلى تصوير عملية الاغتيال وكأنها أحد بطولات جيش الاحتلال؛ لرفع الثقة في نفوس المستوطنين.
- **تغييب الرواية الفلسطينية:** منذ بداية الصراع الفلسطيني الإسرائيلي دأبت حكومة الاحتلال على تقليل شأن الفلسطينيين بوصفهم بالشعب الفلسطيني واختصار حكاياتهم في وسائلها الإعلامية، عدا عن تغييب الوجود الفلسطيني في البرامج الحوارية والاكتفاء بكلمة " ادعى" مصدر فلسطيني ما يسمح لهم بالانفراد في الفضاء الرقمي وقص رواياتهم واستقصاء معلوماتها من الجهات الرسمية الإسرائيلية وتغييب كامل للفلسطيني وما حل به من ويلات وتهجير، عدا عن استخدامها للبعد الإنساني في رواياتها والتركيز على الأطفال مذعورين من أفعال " الإرهابيين" أو تصوير أمهات الجنود وهن يبكين، وتقريب الكاميرا على مراسم التشييع خاصة على الوجوه الباكية وإبراز صورهم ومعلوماتهم الشخصية خاصة باللونين الأحمر والأسود اللذان يدلان على الدم والحداد، مقابل عدم ذكر أي تفاصيل عن الفلسطيني الشهيد والاكتفاء بذكره كرقم وتصوير جنازات الشهداء بلقطات واسعة ومن زاوية بعيدة.
- **لوم الضحية:** لا تعتذر إسرائيل عن قتل المدنيين بل تبرر ذلك بأن كل من يقدم المساعدة للمخربين الإرهابين سواء من تقديم طعام أو مأوى يستحق الموت، تلوم الضحية في وسائلها الإعلامية كسياسة غريبة بسبب تصدي أجساد الفلسطينيين للرصاص الإسرائيلي مبررة ذلك كونها

في حالة حرب مفتوحة تسمح لها باستخدام كل مظاهر العنف، بل تعمل على وصف الجندي ونفسيته وكم أرهقه قتل الفلسطيني وأجباره على ذلك، وبهذا يتحول الفلسطيني من خلال مرتكزات الخطاب الإعلامي إلى المسؤول عن عائلات الجنود المقتولين، موحدة بذلك وفي كل وسائل الإعلام خطابها الإعلامي.

- **الصحفيون والعقيدة العسكرية:** بات المراسل أو الصحفي الإسرائيلي بوقًا للجهات الأمنية والسياسية التي يتبنى رواياتها ويغيب الرواية الفلسطينية فيبتعد بذلك عن المهنية الصحفية، بل واعتماد مصطلحات تعممها الجهات الأمنية أو حتى الكتابة بلغة العسكر مثل قواتنا وجنودنا وغيرها، عدا عن أسلوب التحريض الموجه ضد الشعب الفلسطيني وخلق صورة بأن كل فلسطيني هو مشروع للعمليات العسكرية والشهادة فيجب الحذر منه أو تصفيته.

وبهذا يتضح للباحثة أن الإعلام الإسرائيلي اتسم بعدم التوازن والانحياز وتجاهل معاناة الفلسطيني على حساب أنسنة "الضحايا الإسرائيليين" من خلال نظرية الإطار والتعبئة لكسب واستقطاب الجمهور الإسرائيلي ودغدغة مشاعرهم ليكون كل إسرائيلي بمثابة سفيرا دبلوماسيا للعالم الخارجي بنشر قصته والتأثير على الرأي العام العالمي، من خلال ممارسته الدبلوماسية الشعبية عبر صفحاته الخاصة في منصات التواصل الاجتماعي.

لا يقتصر الإطار العقائدي للإعلام الإسرائيلي على كل ما سبق شرحه أعلاه بل يعتمد على أسلوب الدعاية الإعلامية أو البروباغندا للترويج لروايته الإعلامية؛ للتأثير على الجمهور والتي عادة ما تكون مغلوطة، معتمدا على عدة تقنيات:

تقنيات الدعاية الإعلامية:

البروباغندا أو ما يعرف بالدعاية الإعلامية، هي أحد أنواع الاتصال الذي يستخدم بشكل أساسي للتأثير على الجمهور وتعزيز جدول الأعمال، والذي قد لا يكون موضوعيًا، وقد يعرض الحقائق بشكل انتقائي من أجل تشجيع أو تصور معين، أو استخدام لغة محملة من أجل إنتاج عاطفي بدلاً من عقلاني ردا على المعلومات التي يتم تقديمها.(Smith, 2015)

كما عرفها (Ellul،1965) أنها التعبير عن الآراء أو الإجراءات التي يتم تنفيذها عن عمد من قبل الأفراد أو الجماعات بهدف التأثير على آراء أو أفعال الأفراد أو المجموعات الأخرى من أجل أهداف محددة مسبقًا ومن خلال التلاعب النفسي. (ŢUŢUI, 2017)

وحدد معهد تحليل الدعاية الإعلامية سبع تقنيات رئيسية للدعاية الإعلامية:

- إطلاق المسميات
- العموميات البراقة
- الناس العاديين (البسطاء)
- تقليد الاخرين
- الاسقاطات
- رص الأوراق
- الشهادات (الاستشهاد بمصادر)

2.2. الإطار النظري:

طالما أن هذه الدراسة تبحث في التصورات التي تحاول فيها المنصات الرقمية لطرفي الصراع الفلسطيني الإسرائيلي تشكيلها عن الذات والآخر وتقديمها للجمهور الأجنبي الناطق بالإنجليزية، فإن ذلك يعني بشكل أو بآخر أن عمليات إنتاج الرسالة الإعلامية يحتاج إلى تحليل الأطر الإعلامية وفقا لنظرية التأطير الإعلامي.

تعد نظرية تحليل الأطر واحدة من الروافد الحديثة للدراسات المتعلقة بعلم الاتصال، فأحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى بذاتها وقد لا تكون لها دلالة عند الناس الا اذا وضعت في سياق وأطر اعلامية (السيد، 2009) ، فيما يرى (سليمان، 2000) أن نظرية التأطير تركز على عنصر معين يصبح مهما حين تضعه وسائل الإعلام في إطار اعلامي، يقوم بتنظيم النصوص والمعاني واللغة مستخدما بذلك الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع.

تنبع أهمية نظرية التأطير باعتبارها أساسا جديدا لتحليل ممارسات الصحافة في عملية إنتاج الأخبار وفي تشكيل الرأي العام اتجاه بعض القضايا، تقدم من بعض الصحفيين من خلفيات ثقافية وايديولوجية واجتماعية، تحدد طريقة فهمهم، انطلاقا مما يخزنه الصحفي من مفاهيم ومعان؛ لمساعدة القراء بفهم الأخبار والترويج لإطارات معينة دون غيرها، أو إبراز قضايا معينة وجعلها محط اهتمام، بل وجعل بعض المعلومات أكثر ملاحظة وذات معنى وقابلة للتذكر من قبل الجمهور، باستثارة معان ودلالات وانساق

وأبنية مخزنة في الذاكرة تشكل ادراك المتلقي واستجاباته، أي الطريقة التي يقدم فيها النص الإعلامي. (قيراط، 2021)

للأطر الإعلامية آليات وأدوات تتطبق في القصة الخبرية، كوجود رموز وإشارات تشير إلى أهمية القصة واستخدام الصور والرسوم البيانية والعناوين الفرعية وحجم الخبر (الدلمي، 2015) أو استخدام أدوات عاطفية متمثلة في الاستعارات والعبارات الجذابة، كالأمثلة والصور المرئية أو أدوات عقلية مثل الجذور والعواقب والعودة للمبادئ بالإضافة إلى الصور البلاغية والأرقام. (حسونة ن.، 2015)

هنالك عوامل عدة تؤثر في الكيفية التي يؤطر فيها الصحفيين قضية أو موضوع معين، وهذه العوامل هي: (الدلمي، 2015)1. العادات والتقاليد الاجتماعية. 2. القيود والضغوطات المؤسسية أو التنظيمية. 3.جماعات الضغط والمصالح. 4. القيود الصحفية اليومية. 5. الاتجاهات الأيديولوجية والسياسية للصحفيين.

فيما يرى (Entman, 2000) المنظر الأبرز لنظرية التأطير أن تأثير الأطر الإعلامية على الرسالة لا يتم عبر تشكيل الإطار بشكل متعمد بل يتحقق بالحذف، التجاهل والاغفال المقصود وربما غير المقصود من القائم بالاتصال لقضايا وأحداث على حساب أخرى، كما يرى بأن مداخل الرسالة الإعلامية تؤدي إلى بروز بعض المعلومات التي ينتقيها القائم بالاتصال ويستبعد البعض الاخر، وأن تبني الجمهور لهذه المداخل أو الأطر يؤثر في رؤيته للمشاكل والحلول اللازمة لها، (حسونة ن.، 2015) تتكامل فيها عمليات الاتصال الأربعة (القائم بالاتصال أي: الذي يضع أطرا حاكمة بوعي أو بدون وعي)، المحتوى الذي يحتوي على أطر، والمتلقي باعتباره المتعرض للأطر، والثقافة التي تعتبر السياق العام في عملية التأطير وتظهر بشكل واضح في بناء الأطر .

بدأ الباحثون ينظرون للتأطير بوصفه عملية تفاعلية ذات سياق وهو ما يمكن ملاحظته في التعريفات التالية:

2.2.1. تعريف التأطير:

التأطير: عملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف والأطر، والإطار يشير إلى الزوايا والجوانب التي يتم من خلالها تغطية الاحداث والموضوعات والشخصيات والقضايا المختلفة وتأثيراتها في الجمهور. (أحمد، 2009)

يرى (Norris, 1995) بأن الإطار: بناء تفسيري لمجموعات معينة من الأحداث داخل سياق عام، اما (Robimson, 2001) فيرى ان الأطر: عبارة عن تقديم شرح للأحداث بهدف تفسيرها وفهمها واتخاذ موقف تجاهها.

فيما يعرفه (Gamson w, 1992) بأنه: بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعلنا أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما، وبالتالي فهي عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة ادراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية.

وبهذا، نستطيع القول بأنه لا يوجد تعريف جامع للأطر بسبب اختلاف الزوايا التي ينظر من خلالها الباحثون لعملية التأطير وعلاقتها بالظواهر الاجتماعية التي تتأثر بالظروف المحيطة سواء السياسية أو الثقافية السائدة في المجتمع، فان عملية التأطير تعمل على اختيار اشكال معينة من الواقع المدرك وجعلها أكثر بروزا في النص، فالأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع واغفال جوانب أخرى. (صلوي، 2016)

و تكمن إمكانات مفهوم التأطير في التركيز على تواصل العمليات، فالاتصال ليس ثابتاً، ولكنه عملية ديناميكية تتضمن بناء الإطار (كيفية ظهور الإطارات) وإعداد الإطار (التفاعل بين إطارات الوسائط وميول الجمهور). فضبط الإطار يشير إلى التفاعل بين إطارات الوسائط والمعرفة والميول السابقة للأفراد، فيمكن تصور التأطير على المستوى الفردي والمجتمعي. قد يتم تغيير نتيجة المستوى الفردي للمواقف حول قضية ما بناءً على التعرض لأطر معينة. على المستوى المجتمعي، قد تساهم الأطر في تشكيل عمليات المستوى الاجتماعي مثل التنشئة الاجتماعية السياسية، وصنع القرار، والإجراءات الجماعية. فعمليات التأطير، يمكن أن تكون الإطارات فيها متغيرات مستقلة ومتغيرات تابعة.

2.2.2. مراحل عملية التأطير:

تمر عملية التأطير بأربع مراحل أساسية وهي:

- بناء الإطار
- إعداد الإطار
- تأثير عمليات التأطير على المستوى الفردي والمجتمعي
- رجع الصدى للعلاقة بين أطر وسائل الإعلام وأطر الجمهور. (جنابي، 2016)

2.2.3. أنواع وتصنيفات الأطر:

صنفت دراسة (Semetko, 2000) الأطر الإعلامية إلى خمسة أنواع:

- إطار الصراع سواء بين أفراد أو جماعات أو مؤسسات؛ لجذب انتباه الجمهور واثارة اهتماماتهم.
- إطار الاهتمامات الانسانية الذي يراعي الوجدان الانساني في التغطية الإعلامية، باستخدام الطابع الدرامي أو الوجداني لإثارة اهتمامات الجمهور.
- إطار النتائج الاقتصادية، باستخدام مصطلحات تدل على نتائجها وأبعاده الاقتصادية على كافة المستويات.
- الإطار الاخلاقي حيث يضع الصحفي الأحداث والقضايا في سياقها الديني الأخلاقي بتقديم الاقتباسات المرجعية.
- إطار المسؤولية بالبحث حول مسببات القضايا وحلولها وإلقاء اللوم على طرف معين. (علمي، 2019)

2.2.4. معايير التأطير:

يرى(Vreese, 2005) أن هنالك أربعة معايير يجب أن يستوفيها الإطار:

أولاً : يجب أن يكون للإطار الإخباري خصائص مفاهيمية ولغوية يمكن تحديدها.

ثانياً: يجب مراعاة الإطار الإخباري بشكل شائع في الممارسة الصحفية.

ثالثاً: يجب أن يكون من الممكن تمييز الإطار بشكل موثوق عن الإطارات الأخرى.

رابعاً: يجب أن يكون للإطار صلاحية تمثيلية (أي أن يتعرف عليها الآخرون) وألا يكون مجرد نسج من خيال الباحث.

2.2.5.فرضية التأطير:

حسب(Dennis Chong, Framing Theory, 2007) ، فإن الفرضية الرئيسية لنظرية التأطير هي أنه يمكن النظر إلى قضية ما من مجموعة متنوعة من وجهات النظر وتفسيرها على أنها لها آثار على قيم أو اعتبارات متعددة. فالتأطير يشير إلى العملية التي يطور من خلالها الأشخاص تصوراً معيناً لقضية ما أو يعيدون توجيه تفكيرهم حول قضية ما من خلال عدة مراحل وهي:

تحديد القضية أو الحدث، ومن ثم عزل موقف معين على حساب موقف اخر، وبعدها يتم تحديد مجموعة أولية من الإطارات لقضية ما بشكل استقرائي لإنشاء مخطط تشفير، وأخيرا اختيار المصادر لتحليل المحتوى وبالتالي يمكن تحويل القضايا "التقليدية" إلى قضايا "جديدة" عن طريق إعادة الصياغة.

2.2.6. أنواع الأطر:

تشابهت أنواع هذه الأطر في عدة دراسات وزاد عليها أطر أخرى في دراسة (الدلمي، 2015) وهم:

- الإطار المحدد بقضية (إذ يتم التركيز على قضية جوانبها واضحة عند الجمهور كونها مرتبطة بوقائع ملموسة، يتم التركيز فيها على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته).
- الإطار العام (يرى الأحداث في سياق عام مجرد، يقدم تفسيرات لها ويربطها بالمعايير السياسية والثقافية السائدة؛ لفهم المشكلة وتقديم الحلول والإقناع على المدى البعيد).
- إطار الاستراتيجية (يرى الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على أمن الدولة والذي يتلاءم مع الأحداث السياسية والعسكرية).
- إطار الاهتمامات الإنسانية (يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية وتصاغ الرسائل في قوالب درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة).
- إطار النتائج الاقتصادية (يضع الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، ويشير إلى النتائج المتوقعة على الفرد والدول و المؤسسات).

- إطار الصراع (يقدم الأحداث في إطار تنافسي صراعي حاد، فترصد عناصر مهمة في سبيل إبراز سياق الصرع).

وهنالك تصنيف ثلاثي آخر للأطر الإعلامية إما وفقا لأسلوب المعالجة وتوجهاتها، أو وفقا لمضمون المحتوى ذاته، أو وفقا للقيم الخبرية. (جنابي، 2016)

2.2.7.آليات الأطر:

حدد(Tankard, 1991) آليات تحديد الأطر بشكل أكثر شمولية وهي: العناوين الرئيسية والفرعية، الصور الفوتوغرافية، التعليقات عليها المقدمة، المصادر، الاقتباسات، السمات الطباعية للنص، الاحصاءات، الرسوم البيانية، والخاتمة.

اما الآليات الرئيسية التي تستخدم في وضع الأطر في قضايا معينة تتمثل في:

- آلية الانتقائية (التركيز على بعض الجوانب دون غيرها).
- آلية الإبراز (انتقاء بعض الجوانب والتركيز عليها من خلال التكرار أو الربط بينها وبين بعض الرموز الثقافية).
- آلية الاستبعاد (اغفال بعض المعلومات سواء عن عمد أو عن جهل). (علمي، 2019)

أبعاد آليات الأطر:

هنالك بعدين لأليات وضع الأطر وهما: البعد الشكلي المتمثل في موقع التغطية وحجمها ومدى استخدام الصور والرسوم وغيرها والتي يمكن رصدها من خلال ظهورها بصورة واضحة أو عدم ظهورها، وبعد مضموني يتعلق بالمحتوى كالاستعارات والتلميحات ونوعية الموضوعات الرئيسية والفرعية وغيرها. (أحمد، 2009)

2.2.8. خطوات تشكيل الأطر:

تكون من خلال أربع خطوات رئيسية وهي:

- يصدر القائمون بالاتصال أحكاما واعية أو غير واعية وبطريقة متعمدة أو غير متعمدة على الرسالة من خلال البناءات المعرفية والادراكية للإعلامين.
- تتشكل الرسالة في أطر مهنية من ناحية الشكل والمضمون في عبارات ومفاهيم واقتباسات، كوجود أو عدم وجود صور للحدث، ومساحة النشر ومدى يسر ام عسر الوصول للمعلومة.

- يتوقع المرسل أطرا خاصة للمتلقي فترشده وتؤثر في عملية التأطير الحالية والمتوقعة.
- الرسالة المؤطرة تمثل المخزون المشترك لكل خطوات وضع الإطار. (المغربي، 2015)

وبهذا يحدد الإطار مدى ملاحظة وفهم الفرد للمشكلة وكيفية تقييمهم لها وتصرفاتهم إزائها من خلال ما يقدمه الصحفيون بتنظيم المادة الإخبارية بطريقة فاعلة في إبراز جوانب معينة من الواقع، وعزل جوانب أخرى، من خلال البناء والتركيب، لإكسابها معان معينة لدى الجمهور المستهدف لتشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور في شتى المجالات. (حسن، 2001) وتكمن خطورة هذا في حال تكاملت المواد الإعلامية لتكون البعد المعرفي (المعلومات الانطباعات والأفكار) وبالتالي ستؤثر في تصرفات الإنسان، فحسب شرام حوالي 70% من الصور التي يبنيها الانسان مستمدة من وسائل الإعلام. (عبيد، 1998)

2.2.9. تقنيات التأطير:

- التشبيه: لتشكيل فكرة تصورية عبر مقارنتها بمفهوم آخر.
- قصص وأساطير: تأطير موضوع عبر السرد بطريقة زاهية وقابلة للتذكر.
- العادات والطقوس والاحتفالات: الأعراف الثقافية التي تضفي أهمية في الحياة والمرتبطة ارتباط وثيقا بالآثار.
- الشعار والمصطلح: تأطير شيء ما عبر شعار جذاب يجعله أكثر تذكرا وقابلا لتطبيق أوسع.
- قطعة أثرية: كائنات ذات قيمة رمزية جوهرية – ظاهرة بصرية / ثقافية تحمل معنى أكثر من الشيء نفسه.
- التباين: لوصف شيء ما عبر ضده.
- الغزل: تقديم مفهوم ما عبر نقل قيمته (إيجابي أو سلبي) الذي قد لا يكون واضحًا على الفور؛ لخلق انحياز متأصل حسب التعريف. (Dietram A. Scheufele, 2007)

تعتمد قوة الإطار حسب (هانغلي، 2012) على عوامل مختلفة ولكن بشكل خاص على تكرارها، فكلما زاد عدد المرات وعدد الشركات الإعلامية التي يتكرر فيها الإطار كلما زاد التردد وزادت القوة. ومن الناحية السياسية، يعتمد تكرار الإطارات على ما إذا كان الإطار برعاية شخصيات بارزة أم لا، فإن تكرار ذكر الإطارات في المدخلات الإعلامية للفاعل السياسي، أمر بالغ الأهمية لتكرار الإطارات في التغطية الإخبارية.

2.2.10. علاقة الدراسة الحالية بنظرية التأطير الإعلامي:

كون نظرية التأطير لا تعتبر فقط أداة لتحليل المضمون بل هي نموذجا يرشد الباحثين إلى المنهجية والنتائج الخاصة بنظام أي عمل، (وديب، 2013) بما في ذلك دراسة العوامل المؤثرة في تشكيله. وبسبب اهتمام الدراسة بالمتغيرات على القائم بالاتصال وانعكاس ذلك على المحتوى الذي ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ستتناول هذه الدراسة أثناء التحليل التركيز على الأبعاد الثلاثة لألية التأطير (الانتقاء، الإبراز والاستبعاد) كما سيتم الاستعانة بآليات وأدوات الأطر في الجانب التحليلي من حيث الشكل (العناوين الرئيسية والفرعية القوالب الفنية المستخدمة وغيرها) والمضمون (نوعية الموضوعات الرئيسية والفرعية، التلميحات والاستعارات، أو ربط الأطر بنماذج سابقة وغيرها) لمعرفة أي منها تم استخدامه في حالات الدراسة؛ لفهم الأطر التي تحاول كل جهة تمريرها للعامة وتشكيل رأي عام حولها و رسم صورة ذهنية لها.

ستعمل هذه الدراسة أيضا على رصد وقياس هذه الآليات من خلال ظهورها بشكل صريح كالبروز أو حجم التغطية بتكرارها أو بصورة ضمنية كالنغمة أو نبرة التغطية أو حتى استبعادها. وستستفيد الباحثة بمعرفة أنواع الأطر المستخدمة في تغطية الأخبار في الدراسة الحالية وهل هي أطر صراع أم مسؤولية، مبادئ اخلاقية أو نتائج اقتصادية واهتمامات انسانية أو استراتيجية، والتي لاحظت الباحثة من خلال أداة الملاحظة الأولية اعتماد صفحة "قف معنا" الإسرائيلية على أكثر من شكل من أشكال الأطر والتركيز على إطار الصراع والإطار الإنساني؛ لكسب دعم وتأييد الرواية الإسرائيلية، على عكس الصفحات الفلسطينية عامة التي تعتمد على الأطر السياسية وأطر الصراع أكثر في تغطياتها. واخيرا الربط في التوجه الحديث في عملية التأطير لفحص مدى تأثير النص أو القصة على اهتمامات واتجاهات الجمهور للوصول إلى التفاعلية المطلوبة من الجمهور لتمرير رسائل وسائل الإعلام بالأطر التي تمثلها لأكبر عدد ممكن، وتشكيل صورة ذهنية لديهم أو حتى تغيير صور ذهنية قديمة، لوجود اختلاف بين الباحثين حول أفضل مقياس لاستخدامه لقياس حجم تأثيرات الإطارات. حيث برز أن أحد المعايير هو التباين في التفضيلات التي تنتجها الإطارات البديلة في إحدى المعايير. (Dennis Chong, 2007)

وترتبط نظرية التأطير بموضوع الدراسة أيضا إذ أن وضع الأحداث والقضايا في إطار من خلال تنظيم انتقاء جانب من المعلومات المتعلقة بالحرب والصراع بين الطرفين (الفلسطيني والإسرائيلي) وإبرازها وإهمال جوانب أخرى من التغطية الإعلامية بطريقة معينه، يعد أحد الأساليب المهمة في المعالجة الإعلامية للجوانب التي تتوافق مع سياسة وتوجهات الصفحات الإعلامية، وبالتالي سيؤثر ذلك على كيفية إدراك جمهور المتلقي للرسالة الإعلامية سواء كان هذا التأثير إيجابي أو سلبي، فمن يقوم بتأطير الرسالة

الإعلامية هو الطرف الفاعل في عملية حارس البوابة (الخارجية الفلسطينية، والمنظومة العسكرية الإسرائيلية).

2.3. مراجعة الأدبيات السابقة:

توصلت الباحثة إلى العديد من الدراسات أقربها للموضوع المبحوث كانت:

2.3.1.الدراسات الأجنبية:

دراسة (Ronit Kampf, 2015) والتي بحثت في مدى تبني وزرات الخارجية لإحدى عشرة دولة مختلفة، للاتصال الحواري من حيث المحتوى والقنوات الإعلامية والمشاركة العامة؛ كون وسائل التواصل الاجتماعي تمتلك القدرة على تعزيز الحوار بين الدول والسكان الأجانب بتحليل محتوى المنشورات على التويتر والفيس بوك، كانت حدود الدراسة الزمانية ستة أسابيع بواسطة إحدى عشرة وزارة خارجية، أشارت النتائج الأولية لهذه الدراسة أن التواصل الحواري كان نادرا، واذا ما تم، يتم عزلها لقضايا محددة، كما ويمثل محتوى وسائل التواصل الاجتماعي الذي تنشره وزارات الخارجية إمدادًا مستمرًا للبيانات الصحفية التي تستهدف السكان الأجانب وليس المحليين. كما وكشفت المقارنة عن عدم وجود اختلافات ملحوظة في تبني مبادئ الحوار. لذلك تشير النتائج إلى أن وزارات الخارجية ما زالت تفشل في إدراك إمكانات الدبلوماسية الرقمية لتعزيز الحوار، فقد كانت حالات المشاركة نادرة وتمثل جزءًا صغيرًا من النشاط الكلي.

في حين، عرضت هذه الدراسة جدل المختصين في الدبلوماسية العامة حول دمج وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة الدبلوماسية والذي قد يشكل نموذجا جديدًا من أشكال الدبلوماسية التي تمكن الدول من إنشاء علاقات طويلة الأمد مع السكان الأجانب والاستفادة منها؛ نظرًا لأن وسائل التواصل الاجتماعي تركز على التفاعل الاجتماعي، وتسهيل الاتصال الثنائي، فيما تتميز الدبلوماسية الرقمية بالحوار، على عكس الدبلوماسية العامة التقليدية التي اتسمت بالمونولوج. تناولت هذه الدراسة هذه الثغرات من خلال إطار عمل كينت وتايلور للتواصل الحواري، من خلال تقييم محتوى المنشور من قبل إحدى عشرة وزارة خارجية خاصة في وقت الأزمات لتبرير سياساتها وخطواتها لرعاياها أو للجمهور العالمي (كينيا، الهند، الولايات المتحدة، كندا و غيرها) ولخصت الدراسة إلى أنه قد يكون هناك عدة تفسيرات لقلة المشاركة تمثلت بقلة الموارد التي قد تكون بمثابة حاجز رئيسي أمام التواصل الحواري من قبل المؤسسات الدبلوماسية، أو أن الثقافة الحكومية تتجنب المخاطرة لأنها تتطلب التخلي عن السيطرة على عملية الاتصال، أخيرا، قد تضطر جمعيات التمويل الأصغر إلى صياغة مبادئ توجيهية وتقديم التدريب اللازم

لمشاركة وسائل التواصل الاجتماعي، فظهور الدبلوماسية الرقمية لا ينبغي أن يُنظر إليه على أنه حدث فردي بل كجزء من الهجرة العامة للحكومات إلى عالم الإنترنت، نظرًا لكونها جزءًا من الحكومة الوطنية.

توضح نتائج هذه الدراسة أن نشاط وزارات الخارجية التي تم رصدها كان بشكل ملحوظ على Twitter مما هي عليه على Facebook علاوة على ذلك، يبدو أن غالبية منشورات Facebook مصحوبة بوسائط متعددة (أي مقاطع فيديو وصور)، بدلاً من جزء صغير فقط من التغريدات، كما و يبدو أن وكالات التمويل الأصغر تستخدم تويتر، والتي يمكن من خلالها التعليق بسرعة على الشؤون العالمية، لنشر معلومات محدثة باستمرار بدلاً من التفاعل مع متابعيهم عبر الإنترنت، نظرًا لأن منشورات Facebook أطول، وغالبًا ما تكون مصحوبة بوسائط متعددة، يتم نشرها في وقت لاحق، كما لأنه قد يُنظر إلى Twitter على أنه وسيلة لمشاركة المعلومات، و Facebook كوسيلة للتفاعل الاجتماعي. وبالتالي، قد يكون الوسيط جزءًا من الرسالة.

تقترح هذه الدراسة أن ظهور الدبلوماسية الرقمية لا ينبغي أن يُنظر إليه على أنه حدث فردي، بل كجزء من الهجرة العامة للحكومات إلى عالم الإنترنت لزيادة فائدة المعلومات التي تقدمها، وبالتالي تسهيل إنشاء علاقات مع الجمهور على الإنترنت.

تتشابه الحالة الدراسية لهذه الدراسة" قف معنا" مع الحالة الدراسية للدراسة السابقة وانطلاقا من النتائج المترتبة عليها ستبحث هذه الورقة بدور الدبلوماسية الرقمية ووزارة الخارجية الإسرائيلية بتوجيه الرأي العام من خلال الإعلام، والترويج لسياستها، ومعرفة إذا ما كانت هذه الصفحة تستخدم الأساليب الناجحة للدبلوماسية الرقمية بالإضافة لمقارنة صفحة "فلسطين الدولية" ومدى ممارستها للدبلوماسية الرقمية من خلال منشوراتها على صفحة الفيس بوك لمساعدة وزارة الخارجية الفلسطينية في ترويج الرواية الفلسطينية.

توضح دراسة (Yarchi, 2017) أن جزءً كبيرًا من الصراعات غير المتكافئة هي "حرب صور" التي تحدث في وسائل الإعلام الأجنبية، لذلك تبحث هذه الدراسة في الظروف التي تفسر مدى نجاح الفاعلين السياسيين في الترويج لأطرهم المفضلة فيما يتعلق بالصراع الذي يشاركون فيه للصحافة الأجنبية، بالإضافة إلى قدرة الإسرائيليين والفلسطينيين على الترويج لرسائلهم في أحداث مختلفة خلال العقد الماضي. تم خلال هذه الدراسة فحص سبعة عوامل، مقسمة إلى ثلاث مجموعات وهي: عوامل الحدث المحوري، وعوامل السياق السياسي، وعوامل سياق الرسالة. يكشف الفحص المنفصل لكل عامل، متبوعًا بتحليل تأثيرها المشترك، أن معظم العوامل لها تأثير على مدى نجاح الفاعلين السياسيين في الترويج لأطرهم المفضلة في الصحافة الأجنبية.

لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى فهم القواعد التي تشرح مقدار نجاح الفاعلين السياسيين في تعزيز التصورات السياسية حول الصراع الذي يشاركون فيه بشكل أفضل، وتبحث هذه الدراسة في الظروف التي توسع أو تقلل الفجوة بين الأطر التي تروج لها إسرائيل وفلسطين وتلك التي تظهر في الصحافة الأجنبية. من أجل الحصول على فهم أفضل لعملية التأطير وحارس البوابة التي مثلت الإطار النظري لهذه الدراسة التي يتحكم باختيار الأحداث والشخصيات الممثلة للأحداث.

اعتمدت هذه الدراسة على نهج متعدد الأساليب من أجل تحقيق أهداف واستراتيجية البحث. وهذا يشمل كلاً من التحليلات الكمية والنوعية للمحتوى (بما في ذلك التحليل السردي) للمواقع الإلكترونية، وعينة كبيرة من القصص الإخبارية حول الصراع المنشور في مختلف الصحف الوطنية.

تم فحص الرسائل التي تروج لها الجهات الفاعلة المختلفة (إسرائيل والمنظمات الفلسطينية) باستخدام تحليل سردي لإصداراتها الرسمية ومواقعها الإلكترونية. بعد ذلك، تم تحليل إطارات حول الصراع التي ظهرت في التغطية الإخبارية لثلاث دول غير متورطة بشكل مباشر في النزاع (الولايات المتحدة والمملكة المتحدة والهند). استقصت المرحلة الأخيرة من الدراسة الظروف التي تفسر مقدار النجاح الذي حققته أطراف النزاع المختلفة في نقل رسائلها إلى الصحافة الأجنبية.

فحصت الدراسة هذه العناصر التالية: تعبيرات الممثل والعبارات المشهورة. الطريقة التي حدد بها الممثل الأحداث وربطها بأحداث أخرى؛ طريقة تصوير شخصيات القصة ووصف الضحايا، ونسب الذنب وتفسيرات ومبررات تصرفات وأحداث الممثل الذي يجري تحليله، كما وتم استخدام ورقة ترميز وتشفير لقياس هذه الإطارات. فيما أشارت هذه الدراسة إلى أن الأحداث التي تم قياسها في الدراسة الحالية لم يكن لها عدد كبير من الضحايا الإسرائيليين. أما بالنسبة للضحايا الفلسطينيين، فقد وُجد ارتباط سلبي ومعنوي بين عدد الضحايا الفلسطينيين ومقياس تغطية الصراع. تشير هذه النتيجة إلى أنه عندما يرتفع عدد الضحايا الفلسطينيين، تزداد كذلك قدرة الفلسطينيين على الترويج لأطرهم المفضلة في الصحافة الأجنبية. لم تحظ الأحداث الدرامية ذات الخسائر العالية التي تحدث أثناء النزاع باهتمام إعلامي أكبر بكثير من الأحداث الإرهابية الأخرى فحسب، بل تم تأطيرها أيضًا بطريقة تدعم الجانب المظلوم.

كما وأوضحت الدراسة أنه تم العثور على ارتباط إيجابي وهام بين موقف زعيم الدولة فيما يتعلق بالنزاع والأطر التي تظهر في التغطية الإعلامية للبلد المستهدف. فمثلا عندما يعبر الزعيم عن دعمه للفلسطينيين، ستظهر المزيد من الأطر الفلسطينية في التغطية الإعلامية للدولة المستهدفة. تتوافق هذه النتيجة مع نظرية الفهرس التي تدعي أن التغطية الإعلامية تعكس موقف النخبة السياسية من القضية

المطروحة. بالإضافة إلى أنه كلما زادت معاناة الدولة المستهدفة من الإرهاب وانخراطها في النزاعات، زاد مستوى النجاح الذي ستحققه الدولة المشاركة في النزاع (أي الترويج للأطر المفضلة في وسائل الإعلام في البلد المستهدف) لخصت هذه الدراسة أيضا إلى أنه عندما يكون لدولة ما قيمًا سياسية مماثلة لتلك الخاصة بإسرائيل، فإن وسائل الإعلام في الدولة المستهدفة ستقدم المزيد من الأطر التي تروج للرسائل الإسرائيلية وعدد أقل من الرسائل الفلسطينية. كما أن جانب الصراع الذي يبدأ الأحداث سيكون أكثر نجاحًا في الترويج لأطره المفضلة لدى الصحافة الأجنبية. فيما يشكل ارتفاع عدد المتحدثات من النساء سيؤدي إلى ظهور المزيد من الرسائل التي يروج لها جانبهن من الصراع في تغطية الصحافة الأجنبية.

تشير هذه الأدلة إلى أنه على الرغم من أن وسائل الإعلام تستخدم عادة إطارات مألوفة لبناء الأخبار والإبلاغ ضمن سرد معين، فإن الأحداث تلعب الدور الأكثر أهمية في تغطية النزاعات.

ستعمل الباحثة من خلال هذه الدراسة على استخدام ذات المنهجية المستخدمة في الدراسة السابقة المتمثلة بالتحليل السردي للقصص التي تنشرها الصفحات المحددة من قبل الباحثة، ومحاولة إسقاط الأطر المستخدمة في الدراسة السابقة على الدراسة الحالية؛ لمعرفة النظريات المستخدمة في تمرير رسائل مواقع التواصل الاجتماعي لتقديم صورة الدولة للشعوب الأخرى، وتطبيق نتائج الدراسة السابقة على المنهجية التي تتبعها صفحات الدراسة ومدى نجاعتها أو لا، ومقارنة الأحداث التي فرضت تفاعل واسع مع الصفحات؛ كون الفترة الزمنية لدراسة الباحثة تتسم بالسخونة ولاقت تفاعل من قبل الجمهور حسب ملاحظات الباحثة لها، للاستفادة من هذا التفاعل في تطور الصفحات التي تشكل خطا دبلوماسيا رقميا يمكن لوزارة الخارجية الفلسطينية و الإعلام الرسمي الاستفادة منها لإيصال رسالتها، والقضية الفلسطينية للعالم الخارجي بلغة أجنبية، للخروج من دائرة مخاطبة الذات.

تحاول دراسة (zeitzoff, 2018) الإجابة على سؤال كيف يؤثر الدعم العام الدولي عبر وسائل التواصل الاجتماعي على ديناميكيات الصراع؟ من خلال بناء مجموعة بيانات فريدة ومصنفة للغاية مأخوذة من مصادر وسائل التواصل الاجتماعي لفحص سلوك إسرائيل وحماس خلال حرب غزة عام 2012 طوال 179 ساعة كاملة من الصراع، تحتوي مجموعة البيانات على إجراءات الصراع وسلوك الجمهور الدولي باستخدام منهج التحليل الكمي واستخدام برنامج بايثون لقياس كيفية استجابة تصرفات إسرائيل وحماس للتحولات في الدعم العام الدولي، بإنشاء تسعة متغيرات تتبع الجوانب الرئيسية للصراع بترميز كل متغير بشفرة خاصة وهم: كثافة النشر عن الصراع، صراع حماس، والصراع الإسرائيلي، واهتمام الأمم المتحدة، اهتمام الولايات المتحدة، واهتمام مصر، وإسرائيل تحت النار، وغزة تحت القصف، الصراع اللفظي والمادي

بين حماس وإسرائيل، وكانت الحالة الدراسية هي قناة الجزيرة ومدونة هآرتس الإسرائيلية، ولخصت إلى أن الجانب الأكثر تميزًا في نزاع غزة لعام 2012 هو استخدام الهاشتاغات المنافسة من قبل حماس (#GazaUnderAttack) وإسرائيل تحت النار (#IsraelUnderFire) للسماح للداعمين بالإشارة إلى دعمهم لأحد الطرفين.

النتيجة الرئيسية في هذه الدراسة كانت هي أن التحولات في الدعم العام تقلل من حدة الصراع، خاصة بالنسبة لإسرائيل. هذا التأثير أكبر من تأثير الفاعلين الدوليين الرئيسيين –الولايات المتحدة ومصر والأمم المتحدة. توفر النتائج نظرة ثاقبة مهمة حول كيفية تغيير تكنولوجيا المعلومات لدور الجماهير الدولية في الصراع.

تتشابه هذه الدراسة بفتراتها الزمنية مع الدراسة الحالية للباحثة، كونها تبحث في فترات الأزمات والحروب وكيف ينشط الإعلام في توجيه الخطاب وتقديم روايتين مغايرتين، لتوضيح ندية الخطاب في مضامين الإعلام الموجهة للعالم الخارجي والناطقة في اللغة الإنجليزية والتي تشكل لب وجوهر هذه الدراسة، وستقوم هذه الدراسة باجتزاء التحليل الكمي من الدراسة السابقة المتمثلة بتحديد متغيرات الصراع عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ لمعرفة مدى تفاعل المتابعين مع الصفحات المحددة.

2.3.2. الدراسات باللغة العربية:

تحدثت دراسة (Mualla, 2017) عن دور الإنترنت في مختلف مجالات الحياة وتغيير طريقة تواصل الناس فيما بينهم، لا سيما مع ما يتم تقديمه من التقنيات والتطبيقات والشبكات والخدمات المبتكرة وقد ارتبط هذا بالتأكيد بزيادة موازية في عدد مستخدمي هذه التقنيات، لا سيما الشبكات الاجتماعية. فكل أولئك الذين لديهم إمكانية الوصول على الإنترنت، يسعى بعضهم إلى التطابق، والبعض الآخر يروج لعمل تجاري، ومجموعة أخرى تروج لدعاية سياسية، وما إلى ذلك. ففي أوقات المشاحنات السياسية المحتدمة، تعمل الشبكات الاجتماعية كقنوات لتوصيل المنصات السياسية. باستخدام هذه الشبكات، يمكن للأطراف المتصارعة تنفيذ الدعاية أو الحملات ومهاجمة المعارضين والتواصل مع الجمهور والتأثير على آرائهم. وقد أدى هذا في النهاية إلى إنشاء نظام أساسي للصراع الافتراضي يتساوى مع، ويفوق أحيانًا، الصراع الحقيقي على الأرض، من خلال الاستفادة من سهولة الوصول إلى الشبكات الاجتماعية، حيث يمكن لأي حزب سياسي استخدام العالم الافتراضي لتسخير جميع طاقاته التفاعلية واللامركزية لتعبئة الجمهور وتعظيم عدد المؤيدين. ويقع الصراع العربي الإسرائيلي في قلب هذا الصراع لأسباب عديدة: أولا أن طبيعة

الصراع السياسي تتجاوز حدود الزمان والمكان. ثانيا: الاحتلال الإسرائيلي هو آخر احتلال في العالم؛ وأخيرا أن النضال الفلسطيني من أجل الحرية مشروع. خلقت هذه الخصوصيات فضاءً إلكترونيًا للنزاع يمكن، في بعض الروايات، وصفه بأنه الأكثر ضخامة على الإطلاق.

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تركز على وصف طبيعة وخصائص مجتمع معين، أو موقف مجموعة أو فرد، أو الوضع الحالي لظاهرة أو مجموعة من الأحداث. يتم ذلك عادةً من خلال الحصول على معلومات وبيانات دقيقة. كما وصنفت الدراسة أيضًا ضمن "البحث الأساسي" وهو، شكل من أشكال البحث النوعي الذي يحاول الإجابة عن الأسئلة الأساسية المتعلقة بالظاهرة لفهمها ووصفها.

كما واستخدمت الدراسة طريقة المسح، والتي يمكن اعتبارها جهدًا علميًا منظمًا يساعد في الحصول على معلومات حول الظاهرة قيد البحث وعليه، قامت الدراسة بمسح التدوينات على صفحة الفيس بوك الخاصة بأدرعي خلال فترة عينة الدراسة. ثم استخدم الباحث أسلوب تحليل المحتوى (من الناحيتين الكمية والنوعية) لاستكشاف المحتوى الكمي ومدى ملاءمته لعملية الاتصال. واستخراج البيانات التي تساعد في تحديد جودة المحتوى المنشور.

تم أخذ وحدة الموضوع ووحدة الفكرة كقياسات صحيحة تقدم أرقامًا دقيقة بشكل كافٍ. ومع ذلك، فإن التحليل يشمل فقط الموضوع؛ بمعنى آخر، ما تم نشره بالضبط على صفحة الفيس بوك، حيث راجعت الدراسة جميع المنشورات على صفحة فيسبوك بين أغسطس وسبتمبر 2013.

وصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن الصفحة الإسرائيلية تحاول ترهيب وإحباط الفلسطينيين، لكنها في الوقت نفسه تسعى إلى التقارب معهم. بالإضافة إلى ذلك، قسمت الصفحة الفلسطينيين إلى مجموعتين: إرهابية وسلمية، تصنيف يتوافق مع السياسة الإسرائيلية في تقسيم فلسطين جغرافيًا إلى قسمين منفصلين: الضفة الغربية كمجتمع مسالم يتفاوض مع إسرائيل وقطاع غزة كمعقل للإرهابيين.

فيما لا تتضمن الصفحة أيضًا محتوى يحافظ على اتصال حقيقي أو يثري النقاش حول قضايا الصراع. بدلا من ذلك، فإنه يركز على القضايا العسكرية والأمنية، تبث الأخبار على إنجازات عسكرية يثني عضلات إسرائيل، ويضع شعارات للجيش ودولة إسرائيل. من ناحية أخرى، تسعى إلى التقارب مع الفلسطينيين / العرب من خلال إنشاء ما يبدو أنه نموذج للعلاقات الاجتماعية يهدف إلى خلق صورة ذهنية لإسرائيل وتصنيف الأعداء على أنهم إرهابيون لا تتسامح إسرائيل معهم.

ستقوم الباحثة بتطبيق المنهجية التي استخدمتها هذه الدراسة (الدراسة الوصفية) كونها تسعى لتحليل محتوى صفحات الفيس بوك، ولتشابه الموضوعات التي نشرتها الصفحة من خلال هذه الدراسة مع الصفحات المختارة من قبل الباحثة، كما وستقارن النتائج السابقة مع النتائج المتوقع الخروج بها من هذه الدراسة من خلال الملاحظة الأولية للصفحات المختارة، لمعرفة الكيفية التي يعمل بها الإعلام الإسرائيلي في توجيه رسائله سواء للعالم العربي أو الخارجي.

تسعى دراسة (يحياوي، 2018) إلى استقصاء دور الترجمة والتحرير الإعلامي في تشكيل المعرفة وتصوير الواقع، وتبين أن محتوى أخبار الوقائع ليس حقائق عن العالم وحسب، بل هو معرفة تتشكل وتشكّل الواقع وفق منظومة معيارية وإيديولوجية تتحكم في اختيار المعلومات والوقائع والأخبار وتحويرها. جاءت هذه الدراسة من خلال المقارنة بين نصين متناظرين، أحدهما بالإنجليزية والآخر بالعربية، وكلاهما صادر عن البي بي سي حول الحدث الإخباري نفسه، تسلط المقالة الضوء على التوجهات الإيديولوجية والقيمية التي تكمن في ثنايا هذه النصوص وراء واجهة أو طلاء خارجي من الموضوعية والحياد. حيث تناولت هذه الدراسة الترجمة والتحرير الإعلامي من حيث كونهما عنصرين متداخلين ومتلازمين في إنشاء النص الإعلامي المترجم استنادا إلى نص مصدر واحد أو أكثر؛ وينصب التركيز بوجه خاص على نوع واحد من الخطاب الصحفي وهو ما يطلق عليه تقرير الوقائع أو الخبر الجاد الذي من المفترض أن يقتصر على سرد الأخبار بدلا من عرض الآراء ، فيما افترضت هذه الدراسة أن البرقيات الإخبارية التي تصدرها الشبكات الإعلامية العالمية بلغات مختلفة هي – في الأغلب الأعم– نصوص مترجمة من لغة إلى أخرى أو تقارير خضعت بقدر متفاوت لنوع أو اخر من التحرير الصحفي لمراعاة اختلاف السياق وطبيعة المتلقي عادة، نقلا عن نص مصدر واحد أو أكثر، تتشابه الدراسة الحالية بالدراسة السابقة باستخدام ذات المنهجية التحليلية الوصفية، وستستفيد الدراسة الحالية من معرفة الأطر التي استخدمتها الدراسة السابقة لترجمة الأخبار ونقلها بلغات مختلفة، وهذا يأتي بصلب مضامين هذه الدراسة التي تتابع فيها الأخبار التي تنقل للعالم الخارجي بلغة انجليزية تحمل رواية مختلفة عن ما يتم بثه باللغة الأم، وهذا ما أظهرته ملاحظة الباحثة للروايات الفلسطينية والإسرائيلية الموجهة للجمهور المحلي الناطق باللغة الأم.

تهدف دراسة (ويفي، 2019) إلى البحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية للجمهور المستهدف كبديل عن وسائل التأثير التقليدية من خلال توفر مجموعة من المقومات ومنها: القدرة على الابتكار والإبداع، وتوفر البحث العلمي لتمكين الدبلوماسيين بتطوير قدراتهم على بناء علاقات دولية، والمشاركة وخلق فكرة المواطن الدبلوماسي كفاعل اساسي لبناء صورة عن دولته. وأضحت الدراسة أن الكثير من الدول وفي مقدمتها فرنسا استطاعت التأثير على الشعوب المختلفة بفضل وسائل التواصل الاجتماعي، التي غيرت ما لم تستطع الحكومات بقوتها الصلبة تغييره.

دبلوماسية التأثير حسب فرنسا تهدف إلى ترويج صورتها، ومن ثم الدفاع عن مصالحها سواء كانت اقتصادية أو لغوية أو ثقافية، كما تسعى إلى تحسين معرفة الجمهور بأنشطة وزارة الشؤون الخارجية. وبفضل اللجوء إلى دبلوماسية التأثير في المجال الرقمي أصبح هنالك تزايدا مطردا بجميع مشتقاته من التطبيقات والمواقع والشبكات الاجتماعية وغيرها، فأصبحت الشبكة الاجتماعية حسب الوزارة عنصرا لا غنى عنه في هذه الدبلوماسية، ولم يعد مفهوم الدبلوماسية على الشبكة الاجتماعية حسب فرنسا يقتصر على العلاقة بين دولة وأخرى، بل أصبح يعتبر أيضا اتصال بين الدولة والمجتمع المدني، كما أوضحت هذه الدراسة تجربة الاتحاد الأوروبي ايضا في الدبلوماسية الرقمية.

من خلال ما تم تناوله في الدراسة وُجد أن الثورة في ميدان تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات واستخدام المنصات الرقمية قد ساهمت في تسهيل العمل الدبلوماسي بمستوياته وأنواعه المختلفة، من خلال توفير الوقت وإضافة أبعاد جديدة لمواضيع الدبلوماسية التقليدية كحقوق الإنسان وحرية التعبير وغيرها، وكذلك تعزيز قدرات الدبلوماسيين على جمع المعلومات والتفاعل مع مختلف الأحداث ومتابعتها، إلى جانب السماح لوزارات الخارجية والسفارات بالتواصل مع ملايين الأشخاص وبناء جسور "رقمية" مع الجماهير عبر الإنترنت، الا أن ذلك لا يمنع من وجود بعض السلبيات الناتجة عن هذا الاستخدام، كأدوات للتضليل والدعاية سواء من جانب الحكومات أو جهات أخرى غير الحكومية تسعى وراء تحقيق مصالح إستراتيجية معينة، خاصة وأن هذا التضليل توسع في السنوات الأخيرة ليرتب آثار خطيرة على النظام العالمي.

تهدف هذه الدراسة إلى الاستفادة من الحالة الدراسية التي اتخذتها الدراسة السابقة كفرنسا للتأثير على الرأي العام وتشكيل الصورة الذهنية للمتلقين؛ للخروج بتوصيات هامة للقائمين والمشرفين على صفحة "فلسطين الدولية" للوصول الى هدفها بنشر الرواية الفلسطينية والتأثير على الرأي العام ومجابهة الرواية الإسرائيلية.

بما أن إعلام دولة الاحتلال مرتبط بعقيدة الأمن الإسرائيلية، فهذا ما يجعله جزءً من الإعلام الحربي، إذ تحاول إسرائيل من توظيفه لخدمة سياساتها ومصالحها، وممارسات جيش الاحتلال في فلسطين، وهذا ما خلصت إليه دراسة (جلولي، 2020) وهي دراسة وصفية تحليلية، توضح أن الإعلام الحربي الإسرائيلي يؤدي دورا هاما في خدمة مصالح الاحتلال الإسرائيلي في فلسطين ويظهر ذلك في قيامه بالترويج للموقف الرسمي الإسرائيلي مع تغييب الرواية الفلسطينية، باستخدام البعد الديني كجزء من استمالاتها العاطفية ومخاطبة المشاعر الدينية القومية، كمبرر للاحتلال الإسرائيلي في فلسطين، بالإضافة إلى ممارسة حرب المصطلحات وإلصاق سمة معينة بالفلسطيني أبرزها الإرهابي، عدا عن الدفاع عن سياسة

الاغتيالات، وتوصيف الانتفاضات الفلسطينية –بأن الفلسطيني هو الذي قام بالفعل وما تقوم به إسرائيل ما هو الا ردة فعل، والتحريض ضد الفلسطينيين لاسيما قادتهم. ستحاول الباحثة من خلال هذه الدراسة إسقاط نتائجها على ما تقوم به صفحات الإعلام الإسرائيلية الموجهة للعالم الخارجي لمعرفة إذا ما كانت هذه الصفحات تندرج ضمن الإعلام الحربي وتعتمد على ذات الأساليب التي لخصت اليها هذه الدراسة السابقة كممارسة حرب المصطلحات، والترويج للموقف الرسمي الإسرائيلي مع تغييب الرواية الفلسطينية.

2.3.3. التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة يمكن للباحثة القول إنّها تمكنت من بلورة مشكلة الدراسة، واستفادت من خلالها في توسيع إطارها النظري، والاطلاع على أدواتها والاستفادة منها في بناء أداة الدراسة الحالية وكذلك أسلوب المعالجات الإحصائية المعتمد في الدراسات السابقة.

وقد اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (Yarchi, 2017) و دراسة (عامر، 2018)إلى حد كبير، ونستخلص من الدراسات السابقة اتفاق بعضها على استخدام نظرية التأطير وتقنيات الدعاية الإعلامية، والتشابه مع موضوع الباحثة باستخدام نظرية التأطير؛ لمعرفة كيفية تأطير الأحداث والمضامين والرسائل بالتزامن مع الدبلوماسية العامة التي تمارسها الجهات الرسمية، وأهمها الدبلوماسية الرقمية القائمة على محاولة رسم صورة إيجابية، والتي تناقشها الدراسات السابقة في مجتمعات أخرى؛ للوصول إلى الأطر التي تستخدمها إسرائيل في تقديم ذاتها؛ لفهم أشكال حضور الرسالة الإعلامية الإسرائيلية عبر "السوشال ميديا" بعدة زوايا، وتصوير ذاتها بأنها الدولة الإنسانية صاحبة أقوى جيش بالعالم، وبأنها الدولة الديمقراطية الوحيدة في الشرق الأوسط، بالإضافة إلى أنها دولة أخلاقية ومتقدمة، عدا عن تصوير ذاتها بأنها ضحية لإيران وحماس وحزب الله وغيرها، كشف عنها الفحص الأول لصفحات الدراسة، أما فيما يتعلق بالصفحة الفلسطينية ستحاول الباحثة معرفة كيف تؤطر الصفحة الفلسطينية نفسها، والذي اتضح للباحثة أنها تعمل على تصوير الفلسطيني بالضحية أيضا لشرطة الاحتلال في الشيخ جراح والقدس وغزة، وعرض قصص صمود وتحدي الفلسطينيين، وستحاول الباحثة الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة كدروس مستفادة للصفحة الفلسطينية وللقائمين على الدبلوماسية الرقمية في فلسطين لمساعدتهم في معرفة كيفية مخاطبة العالم الخارجي.

وقد تميزت الدراسة الحالية من ناحية اهتمامها بالأطر وتقنيات الدعاية الإعلامية المستخدمة من قبل صفحات إعلامية رسمية إلى حد ما موجهه باللغة الإنجليزية للعالم الخارجي، للوصول إلى ندية الخطاب

في المضامين الإعلامية والذي لم توجد دراسة قد تطرقت إلى هذه المتغيرات بالشكل الذي عليه في الدراسة الحالية.

الفصل الثالث

الجانب التطبيقي للدراسة

الإطار المنهجي

3.1. المقدمة:

مع التطور الرقمي في وسائل الإعلام، أصبح من الصعب تحليل محتواها خاصة تلك المضامين الموجودة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حتى لو تم استخدام الأطر النظرية الموضوعة للإعلام التقليدي، ما دفع الباحثين إلى تطويع هذه الأطر النظرية بما يتناسب مع وسائل الإعلام الحديثة، بسبب المشاكل التي تواجه الباحث في تحليل محتواها؛ كونها لا تثبت على شكل واحد أو مضمون واحد، بالإضافة لمشاكل تتعلق بالشكل والترميز ووصولا إلى معايير الصدق والثبات. (كشرود، 2021)

وبسبب تدفق المعلومات المستمر والتطور الواسع أصبح من الصعب اعتماد أسلوب تحليل واحد يساعدنا على فهم الظاهرة والعلاقات التي تربط بين تأطير الرسائل الإعلامية والممارسة الدبلوماسية الرقمية عبر الإنترنت.

يتناول هذا الفصل وصفاً مفصلاً للإجراءات التي اتبعتها الباحثة في تنفيذ دراستها، ومنها منهج الدراسة، وأداة الدراسة، وبيان إجراءات الدراسة التي قامت بها الباحثة للوصول إلى إجابات علمية تتسم بالدقة المطلوبة للإجابة عن أسئلة الدراسة، وتضم هذه الإجراءات كيفية تحديد مجتمع الدراسة، والطريقة التي تم فيها اختيار عينة الدراسة، بما يضمن تمثيلها لمجتمعها، والمبررات التي جعلتها تختارها الباحثة بهذه الطريقة.

إذ اختص سؤال الدراسة الرئيسي في البحث في كيفية توظيف الفلسطينيين والإسرائيليين لمنصة فيسبوك في الترويج لرواية كل طرف منهما، خلال أزمة حي الشيخ جراح وما تبعها للجمهور الدولي؟ وتحديد الأطر والسياقات التي توظفها صفحة " قف معنا" و" فلسطين الدولية" في ترويج رواية كل طرف للجمهور الناطق بالإنجليزية، إلى جانب معرفة أكثر الاستمالات العاطفية والعقلانية التي توظفها المنصات الرقمية الفلسطينية والإسرائيلية في محاولة تسويق كل منها روايتها عالميا؟ للوصول إلى طبيعة المنشورات التي حظيت بتفاعل جمهور الصفحتين؟

تتضمن الصفحات التالية تحليل مضمون صفحات STAND WITH US وصفحة PALESTINE INTERNATIONAL BROADCASTعبر منشوراتها على الفيس بوك، ولغرض تحليل هذا المحتوى، وظفت الدراسة أداة تحليل المضمون مبنية على معايير علمية، لغرض الوصول إلى نتائج علمية موضوعية.

3.2. منهج الدراسة:

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الكيفية والكمية، التي تسعى لدراسة المضامين الإعلامية الموجهة للعالم الخارجي في اللغة الإنجليزية للوصول إلى النتائج وتعميمها، حيث يحقق هذا النوع من التحليل تكاملا بين التحليل الكمي والكيفي، فالأرقام تحدد حجم الظواهر، والتحليل الكيفي يغوص في أعماقها ويستنطقها ليخرج منها في ناهية المطاف برؤية لما يكمن وراء هذه الظواهر، من خلال عرض نتائج التحليل الكمي وفي الوقت نفسه تفسيره وتحليله الكيفي لهذه الأرقام، لأن الأرقام حتى لو كانت تمتاز بالدقة فإن قيمتها العلمية قد تكون تافهة إن لم تصاحب بالتفسير والتحليل لاستخلاص النتائج، (مختار، 2022) عدا عن ملائمة هذا المنهج الكيفي الوصفي لطبيعة أهداف الدراسة المعتمدة على جمع المعلومات، وتفسير نتائجها. كما وتعتبر هذه الدراسة من البحوث النوعية (الكيفية) التي تُعنى بالنظر إلى السلوك في بيئة طبيعية دون التصنع الذي يحيط أحياناً بأبحاث المسوح أو الأبحاث المختبرية. حيث أن التقنيات النوعية تزيد من عمق فهم الظاهرة التي يقوم الباحث ببحثها. فمناهج هذا النوع من الأبحاث تتم وفق فئة لغة، وفئة موضوع المادة، وفئة إطار المصطلحات المستخدمة، وفئة إقناعية المحتوى، وفئة الاستمالات العقلية والعاطفية، بمعنى قدرتهم على التنويع ما بين الرسائل التي تتناول البعد العاطفي والعقلي والانفعالي. (تيسير، 2020)

ستنحوا هذه الدراسة منحا وصفيا، والمنهج الوصفي الأنسب لموضوع الدراسة كونه يمتاز عن باقي المناهج بتتبعه للظاهرة المدروسة بالاستناد إلى معلومات تتعلق بالظاهرة، في زمن معين أو فترات زمنية مختلفة، للنظر إليها وفي أبعادها المختلفة و تطوراتها، وذلك من أجل ضمان الوصول إلى نتائج موضوعية، (مبتعث ل.، 2021) كما اعتمدت هذه الدراسة على **المنهج المقارن** هو شكل من أشكال المناهج التي يتم استخدامها في البحث العلمي، والهدف منه إجراء مقارنات بين الظواهر المتعلقة بالبحث العلمي، وذلك للتعرف على أوجه الشبه والاختلاف فيما بينها، وبالتالي يكون أمام الباحث العلمي فرصة للتعرف على كل شيء غامض متعلق بالظاهرة، ويستطيع تفسيرها بكل سهولة. (قاشي، 2021)

كون هذه الدراسة تتحدث عن مقارنة المضامين الإعلامية في صفحة فلسطينية وصفحة إسرائيلية. اعتمدت هذه الدراسة على تحليل محتوى صفحتي الفيس بوك الناطقتين بالإنجليزية، إذ سيتم تحليل منشورات الصفحتين خلال الفترة الممتدة من الأول من أيار حتى الأول من حزيران.

يعتمد تحليل المحتوى على عدة وحدات تحليل، تشمل ما يلي:

1. وحدة الكلمة: هي عبارة عن كلمة محددة ذات دلالة سياسية، أو تربوية، أو فكرية، أو اقتصادية.

2. وحدة الموضوع: هو مجموعة من الجمل تستخدم لتأكيد مفهوم، أو مصطلح محدد اقتصادياً، أو اجتماعياً، أو سياساً، أو تربوياً.

3. وحدة الشخصية: هي مجموعة من السمات والمميزات التي تسهم في توضيح طبيعة شخصية ما، سواء أكانت تمثل شخصاً واحداً، أو فئة من الأشخاص في المجتمع.

4. وحدة المفردة: هي الوحدة المستخدمة في عملية نقل الأفكار وتوصيلها.

5. وحدة الزمنية أو القياسية: هي دور الباحث في تطبيق الحصر، والتحديد الكمي لنص مقالة معينة، أو عدد صفحاتها، أو حجمها، أو مدة مناقشتها باستخدام إحدى وسائل الإعلام. (المدخلي، 2018)

تعتمد هذه الدراسة على وحدة الموضوع، والذي يُقصد بها الوقوف على العبارات أو الأفكار الخاصة بمسألة معينة، ويعتبر الموضوع أهم وحدات تحليل المضمون عند دراسة الآثار الناجمة عن الاتصال وتكوين الاتجاهات؛ باعتبار المنشور وحدة واحدة يشكل موضوعاً قابلاً للقياس حسب تناوله للحدث، حيث أن المنشورات تتناول أحداثاً منفصلة يمكن التعامل معها كوحدات مستقلة.

3.3. تعريف تحليل المضمون:

"تحليل المضمون حسب بيرلسون هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً، منتظمًا. كما عرفه على انه أسلوب البحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري أو المضمون الصريح لمادة الاتصال ووصفها وصفاً موضوعياً ومنهجيا وكميا بالأرقام.

بينما أورد الدكتور محمد عبد الحميد عام 2000 لتحليل المضمون التعريف التالي: "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني من خلال "البحث الكمي، الموضوعي، والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى".

أما لازويل: فيرى أن تحليل المضمون "يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي كما يقال عن موضوع معين في وقت معين". (القيم، 2014)

ويقسم تحليل المضمون أيضا إلى التحليل الكمي والذي يعني: ترجمة المحتوى إلى أرقام وأعداد واحصاءات، والتحليل الكيفي الذي يفسر ويحلل نتائج و يكشف أسبابها وخلفياتها ويوضح أسباب الاهتمام بهذه البيانات وما القصد من ذلك، ما يساعد على إيجاد علاقة ارتباطية، أو علاقة سببية، وتعميم النتائج. (BTS.COM, 20022)

3.3.1.فئات المضمون:

هنالك العديد من الفئات التي يمكن للباحث اعتمادها والاطلاع عليها وأخذ ما يناسب مشكلته الدراسية وأهدافها. (يوسف، 2020)

- فئة الموضوع: من أكثر الفئات استخداما والتي تعمل على تقسيم المحتوى إلى عدد من المواضيع تعتمد على مؤشرات ومقاييس، كالمواضيع السياسية، والمواضيع الاقتصادية، والاجتماعية، وغيرها.
- فئة الاتجاه: مؤيد معارض، أو محايد اتجاه موضوع معين.
- فئة القيم: قيم سلبية، قيم إيجابية، أو قيم دينية، قيم أخلاقية وغيرها، ويجب على الباحث التمييز والتفريق بين قيمه وقيم المحتوى الذي يريد تحليله.
- فئة الأهداف: معرفة الأهداف التي يريد المحتوى الوصول اليها.
- فئة الجمهور المستهدف: محاولة تحديد وتشخيص الجماهير المستهدفة إذا كانوا نساء، أو رجال، أو أطفال، أم جمهور داخلي وخارجي وغيرها.
- فئة المصدر: فمعرفة المصدر الذي اعتمد عليه المضمون ممكن أن يساعد في معرفة طبيعة المعلومة ومدى صدقها.
- فئة الفاعل: الشخوص أو الحكومات التي تتصدر المواقف في المحتوى ممكن أن يكون هنالك فاعل رئيسي وفاعليين ثانويين، فاعل ظاهر، أو فاعل مخفي.
- فئة الموقف: معرفة المواقف الذي يتخذها كاتب أو مصدر المحتوى إزاء قضية معينة، ويمكن أن تشمل مواقف هجومية دفاعية أو انفعالية.

فئات الشكل: أي فئة العناصر الطبوغرافية التي تشير إلى شكل المادة المنشورة سواء كان نص مكتوب على شكل خبر أو تقرير أو بيان صحفي، مقابلة إذاعية أو تلفزيونية، الرسوم البيانية التوضيحية أو حتى إعلانات كذلك العناوين واختيارها وألوانها، والتي ترد تحتها العديد من الفئات الشكلية ومنها:

- فئة اللغة: استخدام الباحث اللغة الأدبية، اللغة الإعلامية، التعبيرية، اللفظية وغير اللفظية، أو اللغة الفصحى أو العامية، وطريقة استخدام اللغة والدلالات التي يتم على أساسها انجاز المضمون.
- فئة شكل العبارة: تستخدم خاصة في عبارات وتصريحات الساسة ويتم عبرها التأثير والاقناع في الجمهور.
- فئة الموقع: إذا كانت المادة سمعية أو مرئية يتم النظر إلى هذه الفئة من خلال أوقات العرض صباحا أو مساء، فكل توقيت له دلائل معينة في المضمون، اما إذا كانت في نص مكتوب فينظر إلى أين وضع النص وفي أي صفحة.
- فئة المساحة أو الزمن: فكلما كان الاهتمام بموضوع على حساب آخر يتم فرد مساحة أكبر في التغطية.
- فئة الصور والرسومات: تحمل عدة أشكال منها الصور الفوتوغرافية الجداول والمخططات، والكاريكاتير.

فئة الاستمالات:

تعتمد هذه الدراسة على فئة الاستمالات العقلية والعاطفية.

- الاستمالات العاطفية من خلال مخاطبة دوافع المتلقي (بمعنى قدرة الرسالة على ملامسة قناعات المتلقي وآلية تفكيره) باستخدام الرموز والشعارات، ومخاطبة المشاعر الدينية، والمشاعر القومية، والاستدلال بالقرآن والسنة، ما يعطي النص قدرة على التأثير على وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال. ومن خلال هذه الفئة ستعمل الباحثة على التعرف من خلال الصفحات المحددة في حدود الدراسة الموجهة للعالم الخارجي، على آلية توظيف الاستمالات العاطفية في المحتوى الذي تضخه الصفحات عبر الفيس بوك.
- الاستمالات العقلية التي تشمل الأرقام والاحصاءات والمصادر والوثائق، أي قدرة النص على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج المنطقية، وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها، وإظهار جوانبها المختلفة. (الحميد، التسويق الابتكاري، 2018)

كما وتعتمد هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي بحيث تشكل نظرية التأطير الإعلامي مدخلا لاستقراء الواقع المراد تحليله.

3.4. مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من الفضاء الرقمي المتمثل بمنصة الفيس البوك الخاصة بصفحة "قف معنا" الإسرائيلية STAND WITH US وصفحة فلسطين الدولية PALESTINE INTERNATIONAL BROADCAST، وتم تحليل مضمون هاتين الصفحتين، حيث أن الهدف من هذه الدراسة هو معرفة المضامين التي تنشرها هذه الصفحات باللغة الإنجليزية والموجهة للعالم الخارجي؛ لمعرفة آلية التضليل التي تعتمدها صفحة "قف معنا" الإسرائيلية والأطر الإعلامية التي تنتج من خلال رسائلها ومقارنة أداء صفحة "فلسطين الدولية" في نشر مضامينها الإعلامية للمساعدة في عملية إعادة تشكيل الإدراك والوعي بشكل ممنهج وقصدي لمستخدمي وسائط التواصل الاجتماعي.

عينة الدراسة:

ستحلل الدراسة منشورات صفحة "قف معنا" وصفحة "فلسطين الدولية" في الفترة الممتدة من الأول من أيار لعام 2021 وحتى الأول من حزيران؛ نظرا لاحتواء هذه الفترة الزمنية على تصاعد في الأحداث السياسية على مستوى الصراع الفلسطيني الإسرائيلي خاصة في مدينة القدس، (أحداث أيار والشيخ جراح وحرب غزة الأخيرة) وما طرأ على أساسها من تطورات في قطاع غزة والضفة الغربية.

3.5.طرق الدراسة وأدواتها:

3.5.1. طريقة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون كأداة من الأدوات المنهجية المتبعة في البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ومن ثم تم جمع بيانات الدراسة من الصفحتين المدروستين، وبعد تحديد العينة قامت الباحثة بتحليل المضمون ضمن التأطير النظري المذكور في الفصل السابق.

3.5.2. أداة الدراسة:

اعتمدت الباحثة على ثلاثة أدوات لهذه الدراسة:

- **الأداة الأولى: استمارة تحليل المضمون:**

تم إعداد أداة لتحليل المضمون؛ لتحليل ما تم حصره من عينة الدراسة تحليلا كميا ونوعيا بما يخدم أهداف الدراسة، ويحقق الإجابة عن تساؤلاتها، تم تصنيف فئات التحليل حسب مضمون حالات الدراسة ونوعية العينة.

تم تحكيم الاستمارة (تحليل المحتوى) من قبل محكمين من ذوي الاختصاص والخبرة (د. نشأت الأقطش و د. وليد الشرفا أساتذة الإعلام في جامعة بيرزيت) للتأكد من قدرة الاستمارة على الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها.

تم اعتماد استمارة تحليل المضمون لبيان الصفحة الفلسطينية والإسرائيلية على النحو التالي:

فئات تحليل المضمون:

عملت الباحثة على ربط فئات التحليل بتساؤلات الدراسة وأهدافها، وهي مجموعة من التصنيفات، وضعتها الباحثة طبقا لشكل المضمون ومحتواه، للحصول على نتائج بشكل موضوعي دقيق سهل.

فئة الشكل:

فئة شكل المادة المنشورة:

تشمل هذه الفئة العناصر الآتية للتحليل (خبر صحفي، تقرير صحفي، قصة صحفية–فيتشر، بث مباشر، غير ذلك (تشمل معايدات، أو تهنئة، أو تغير الصورة الشخصية...) ويهدف هذا التقسيم إلى معرفة أي من هذه التقسيمات الأكثر تفاعلا من قبل الجمهور، وأي منها الأكثر استخدما في الصفحة وربطهما للخروج بنتيجة معرفة أكثر فئة جاذبة.

فئة الوسائط المستخدمة:

تشمل هذه الفئة العناصر الآتية للتحليل (نص مع صورة، نص بدون صورة، فيديو مع نص، نص مع رابط، غير ذلك) ويهدف هذا التقسيم إلى معرفة أي من هذه التقسيمات الأكثر تفاعلا من قبل الجمهور، وأي منها الأكثر استخدما في الصفحة وربطهما للخروج بنتيجة معرفة أكثر فئة جاذبة.

فئة استخدام الوسم:

وتعني كلمات مفتاحية يتم الاستشهاد بها داخل المنشورات، لضمان زيادة وصول المنشورات الى أكبر عدد ممكن من الجماهير، ما يساعد على تصدر مواضيع معينة على مواقع التواصل الاجتماعي. تم تصنيف هذه الفئة الى منشورات لم يتم استخدام فيها أية وسم، أو وسم واحد، أو أكثر من وسم.

فئة توقيت النشر:

ويقصد بها ارتباط المنشور مع الحدث القائم الآني، أو غير مرتبط بحدث وزمن معين، لمعرفة إذا ما كانت الصفحة تعمل على نشر محتوى مرتبط بحدث ينشغل به الجمهور، ويتم الحديث عنه خلال نفس الفترة؛ لمعرفة حجم التفاعل على الصفحة وارتباطه مع توقيت النشر. تم تصنيف هذه الفئة الى فئتين: مرتبط، غير مرتبط.

فئة المضمون:

فئة لغة المحتوى:

تهدف هذه الفئة لمعرفة المحتوى المقدم من ناحية لغته، إذا ما كان إخباري، أو توعوي، أو قصصي، تم تصنيف هذه الفئة الى هذه المجموعات بناءً على الملاحظة الأولية للباحثة؛ لمعرفة ما هي اللغة الأكثر استخداما، ومتى يمكن استخدام لغة معينة مع فئات أخرى.

فئة الممثل:

تعني استخدام مصادر أو ممثلين للأحداث سواء بطريقة معلومة واضحة، أو بطريقة مجهولة غير معلومة، باستخدام كلمة تشير لمصادر مجهولة، كاستخدام كلمة: قائد فلسطيني، نائب إسرائيلي، أو أفاد مصدر فلسطيني أو غير ذلك، واعتبرت الباحثة هذه الفئة من أخطر الفئات، حيث يمكن للقائمين على الصفحة تمرير ما يريدون من أفكار ورسائل طريقة مبطنة. وتم تصنيف هذه الفئة الى ممثل معلوم أو ممثل مجهول أو لا يوجد.

فئة الأطر المستخدمة في المضمون:

بعد دراسة الباحثة لمحتوى الصفحات، ومع مراجعة بعض الدراسات السابقة التي تتحدث عن الأطر المستخدمة في المضامين، أي الاختصاص التي تعمل به الصفحة والتي تشكل من خلالها أجندتها، تم

تحديد هذه الفئة بالإطار السياسي (والذي يضم أي تحركات سياسية او دبلوماسية) والإقتصادي و الإنساني (والذي يتضمن قصص إنسانية) والأيديولوجي (الذي يتضمن قضايا وأمور داخلية إسرائيلية خاصة، وفي الصفحة الفلسطينية تتضمن أمور فلسطينية خاصة)، أخلاقي ومسؤولية(مسؤولية الدول اتجاه الشعب الإسرائيلي –الفلسطيني، أو مسؤولية التحرك الإسرائيلي– الفلسطيني لكسب تضامن الشعوب، أو مسؤولية شخص أو مجموعة عن حدث معين) وصراع (الموضوعات التي تتضمن صراعا بين الإسرائيليين والفلسطينيين، خاصة مع حركات المقاومة) وغير ذلك (التي تعني أطر أخرى لم يتم تصنيفها كأطر منفصلة لقلة وجودها).

فئة موقع الحدث:

تعني الحدود المكانية للمنشورات، ففي الصفحة الإسرائيلية تم تحديد موقع الحدث بإسرائيل(كافة المناطق من شمال الى البلاد الى جنوبها)، والضفة الغربية، وقطاع غزة، أو غير ذلك (تتضمن الأحداث الخارجية، مثل لبنان وسوريا وايران وغيرها)، اما الصفحة الفلسطينية، فتم تقسيم موقع الأحداث إلى القدس والضفة الغربية وقطاع غزة، والداخل الفلسطيني.

فئة وصف أطراف الصراع:

اختلفت تصنيفات الباحثة لأطراف الصراع في الصفحة الإسرائيلية عن الصفحة الفلسطينية، وفق ملاحظة الباحثة للمفردات التي تتبعها كلا الصفحتين، ففي الصفحة الإسرائيلية تم تصنيف أطراف الصراع الى: جيش الدفاع الإسرائيلي، القوات والشرطة الإسرائيلية، الإرهابيون، العصابات، الكارهون (خاصة حين يتم الحديث عن معادة السامية، أو عن المحرقة)، وغير ذلك (التي تضمنت مفردات وصف الإسرائيليين، اليهود، والإسرائيلي، الصهيونية)، اما في الصفحة الفلسطينية فتم تصنيف أطراف الصراع الى قوات الاحتلال، المقاومون، الإرهابيون (العنصريون، الاستعماريون، الصهيونية)، الفلسطينيون (المواطنون)، المستوطنون (المتطرفون)، الضحايا، الإسرائيليون (إسرائيل) غير ذلك.

فئة موضوع المادة المنشورة:

تعددت المواضيع التي تم تصنيفها لمحتويات الصفحة الإسرائيلية والفلسطينية وتباينت المواضيع فيها، من خلال ملاحظة الباحثة، وتحليلها للصفحات، بالإضافة إلى الدراسات السابقة للمواضيع التي تبثها الصفحات الإسرائيلية عادة على منصات التواصل الاجتماعي، فكانت الموضوعات المنشورة على النحو التالي: الحياة في إسرائيل، اهتمام إسرائيل بالمناسبات الدينية والوطنية وغيرها، إسرائيل تدعو للوحدة

والمساواة بين السكان، بناء السلام والحفاظ عليه، إسرائيل تحترم الديانات الأخرى، الحق الإسرائيلي في فلسطين، العنف والاضطهاد ضد اليهود، وتطبيع العلاقات بين إسرائيل والدولة العربية، التقدم الإسرائيلي والتطور العلمي، معاداة السامية، المحرقة والبطولة الإسرائيلية، مناسبات تاريخية وأرشيفية، دعم الدول لإسرائيل، معاناة الإسرائيليين من إرهاب الفلسطيني، أنسنة الجيش الإسرائيلي، غير ذلك (حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها).

اما المضامين الفلسطينية فكانت: إنجازات الحكومة الفلسطينية، عقد مؤتمرات وورشات واجتماعات، انتهاكات الاحتلال، أخبار عن الشهداء، أخبار عن الاستيطان ، أخبار عن الأسرى والمعتقلين، ردود الفعل الدولية اتجاه القضية الفلسطينية، احتفالات دينية ووطنية، مواضيع تاريخية وأرشيفية، الحق الفلسطيني في فلسطين، العنف والاضطهاد ضد الفلسطينيين، المفاوضات والعلاقات الفلسطينية الإسرائيلية، قصص صمود وتحدي، التفاعل والتضامن مع القضية الفلسطينية، الثقافة والحياة اليومية غير ذلك.

فئة الأهداف:

بعد اطلاع الباحثة على مضامين الصفحات تم تقسيم الأهداف التي تسعى الصفحة الوصول اليها وهي: التبرير أي تبرير ما تقوم به إسرائيل من اعتداءات كون ما تقوم به هو ردة فعل تشرعن أفعالها، التهديد أو التخويف والتي تعني الخوف التي يحدث نتيجة اعتداءات طرف على أخر، التضامن التي تعني الصفحة من خلال مضامينها الحصول على تضامن مع ما تنشره، الإنجازات (الترويج) لما تقدمه الدولة من نجاحات، تسعى الصفحة للترويج لها من خلال مضامينها سواء على المستوى السياسي أو الاجتماعي أو غير ذلك.

كذلك الحال في الصفحة الفلسطينية، الهدف الأول كان التبرير، الذي يعني تبرير ما يقوم به الفلسطيني من مواجهات أو إطلاق صواريخ، والتخويف الذي يعني التخوف من اعتداءات الطرف الأخر(أي ما تقوم به إسرائيل اتجاه الفلسطيني)، التضامن والذي يختص عادة في الأطر الإنسانية لكسب تضامن الشعوب، والترويج لما قدمه ويقدمه الفلسطيني من تضحيات أو إنجازات الحكومة الفلسطينية.

فئة اللغة المستخدمة:

اختارت الباحثة ثلاثة مصطلحات تشير إلى اللغة المستخدمة في المنشورات، ففي الصفحة الإسرائيلية لغة محايد تعني: عدم وجود مؤشرات مباشرة أو غير مباشرة لانحياز طرف لأخر، مؤيد وتعني: موافقة

الصفحة بسياستها التحريرية وأيدولوجياتها على ما تحتويه المنشورات من معلومات أو أخبار، لغة المعارضة تعني: أن الصفحة تتعارض مع ما يحتويه المنشور من مواد. تشابهت معها الصفحة الفلسطينية في هذه التصنيفات.

فئة الجمهور المستهدف:

قسمت الباحثة الجمهور التي تستهدفه صفحات الدراسة الى ثلاثة أقسام: داخلي محلي خاصة عند الحديث عن أخبار عاجلة وأنية تهم الجمهور الداخلي، عربي عند الحديث عن علاقة الدولة بالدول العربية أو عن التطبيع، دولي عند نشر قصص ومنشورات تخاطب العالم وبسردية موجهه بلغة يفهمها الغرب.

فئة مصادر المعلومات:

اعتمدت الباحثة تصنيفات مصادر المعلومات التي تنشرها الصفحات خلال منشوراتها، تنوعت هذه المصادر بين رسمية وغير رسمية، فيما كانت بعض المنشورات دون مصدر، أو اقتصار مصدر المعلومات على الصفحة ذاتها وشملت هذه المصادر:

مؤسسات حكومية، شخصيات حكومية، الصفحة ذاتها، شخصيات مستقلة (المؤثرون وغيرها) مصادر وشخصيات إسرائيلية، شخصيات فلسطينية، مصادر دولية (مواقع إخبارية دولية) شهود عيان (أًصحاب القصة، أو فيديوهات يتم توثيقها من قبل شهود عيان موجودين في مكان الحدث)، مواقع التواصل الاجتماعي (انستغرام، فيس بوك، صفحات على الفيس بوك، توتير وغير ذلك) بدون مصدر، غير ذلك.

فئة الاستمالات الاقناعية:

تنقسم هذه الفئة إلى استمالات عاطفية، واستمالات عقلانية، ويهدف بناء هذه التقسيمة لمعرفة أي منهما توظفه الصفحات الفلسطينية والإسرائيلية لمخاطبة الجمهور الأجنبي عبر منصة الفيس بوك.

فئة الاستمالات العاطفية:

وتعرف الاستمالات العاطفية بأنها (تستهدف إثارة وجدان المتلقي وانفعالاته، وحاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال).

تضم هذه الاستمالات عدة طرق، تحدثت عنها دراسات مختلفة تم اعتماد بعضها من قبل الباحثة:

استخدام الرموز والشعارات، مخاطبة المشاعر الدينية، ومخاطبة المشاعر القومية، الاستدلال بالقرآن والسنة، ومخاطبة الحواس، غير ذلك (التي تركز على مخاطبة الإنسانية أو حقوق الانسان). اما الصفحة الإسرائيلية فتشابهت مع فئة الاستمالات العاطفية باختلاف الاستدلال بالتوراة والنصوص الدينية.

فئة الاستمالات العقلية:

تعني مخاطبة عقل الجمهور، وإقناعه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، اختلفت طرقها واعتمدت الباحثة عدد منها وهي:

معلومات تحتوي الأرقام والإحصاءات، معلومات تحتوي المصادر والوثائق، تقديم الحجج المنطقية، وتفنيد الآراء المضادة، غير ذلك.

فئة التفاعل بالإعجابات:

تم اعتماد هذه الفئة بناء على متوسط التفاعل للمنشورات في فترة الدراسة، واختيار الحد الأعلى والحد الأدنى من التفاعل، ومعرفة أي من المنشورات التي اخذت النسبة الأكبر من التفاعل من خلال متابعة الباحثة لها، وقسمتها الباحثة الى عدد من الفئات على النحو التالي:

0-300 ضعيف

301-500 متوسط

501-800 قوي

801-وأكثر قوي جدا

فئة التفاعل بالتعليقات:

تم اعتماد هذه الفئة بناء على متوسط التفاعل للمنشورات في فترة الدراسة، واختيار الحد الأعلى والحد الأدنى من التفاعل، ومعرفة أي من المنشورات التي اخذت النسبة الأكبر من التفاعل من خلال متابعة الباحثة لها، وقسمتها الباحثة الى عدد من الفئات على النحو التالي:

0-100 ضعيف

101-300 متوسط

301-500 قوي

501-وأكثر قوي جدا

فئة التفاعل بالمشاركة:

تم اعتماد هذه الفئة بناء على متوسط التفاعل للمنشورات في فترة الدراسة، واختيار الحد الأعلى والحد الأدنى من التفاعل، ومعرفة أي من المنشورات التي اخذت النسبة الأكبر من التفاعل من خلال متابعة الباحثة لها، وقسمتها الباحثة الى عدد من الفئات على النحو التالي:

0-100 ضعيف

101-300 متوسط

301-500 قوي

501-وأكثر قوي جدا

الفئات والأدوات التي استخدمتها الباحثة في التحليل الكمي والكيفي:

فئات الشكل	فئات المضمون	أدوات التأطير
شكل المادة المنشورة	فئة لغة المحتوى	الانتقاء
فئة الوسائط المستخدمة	فئة الأطر المستخدمة	الإبراز
فئة استخدام الوسم	فئة موقع الحدث	الإبعاد
فئة توقيت النشر	فئة وصف أطراف الصراع	
فئة الممثل	فئة موضوع المادة المنشورة	
	فئة الأهداف	
	فئة اللغة المستخدمة	
	فئة الجمهور المستهدف	
	فئة مصادر المعلومات	
	فئة الاستمالات الإقناعية	

	فئة الاستمالات العاطفية	
	فئة الاستمالات العقلية	
	فئة التفاعل بالإعجابات	
	فئة التفاعل بالتعليقات	
	فئة التفاعل بالمشاركات	

الأداة الثانية: المعالجة الإحصائية للبيانات (أدوات جمع معلومات رقمية كمية)

اعتمدت هذه الدراسة على استخدام أدوات لتحليل وإدارة التواجد الرقمي عن طريق استخدام كود برمجي في تطبيق الفيس بيجر FACE PAGER وهو تطبيق يساعد في جمع البيانات العامة من الأنظمة الأساسية على شبكة الويب الاجتماعية مثل(Facebook أو Twitter أو YouTube) التي توفرها هذه الأنظمة الأساسية من خلال واجهات البرنامج (APIs). ومن خلال هذه الأداة استطاعت الباحثة تقييم التفاعل في هذه الصفحات من خلال رصد عدد الإعجابات والتعليقات والمشاركات على المنشورات.

ومن ثم تم ادخال هذه البيانات وترميزها إلى أرقام على برنامج Microsoft excel وللحصول على النتائج والجداول المطلوبة قامت الباحثة بإدخال البيانات إلى برنامج ال SPSS.

الأداة الثالثة: الملاحظة

وهي من الأدوات شائعة الاستخدام، فهي تعتمد على عملية مراقبة الباحث لظاهرة أو المشكلة البحثية، والتي تحاط بظروف وعوامل مختلفة بهدف جمع المعلومات الهامة حولها.

ويمكن تعريف الملاحظة كتعريف إجرائي: أنها وسيلة وأداة يستخدمها الباحث بصورة مقصودة أو غير مقصودة بغرض جمع البيانات والمعلومات من مصدرها، ويجب أن تستخدم الأداة وفق الضوابط والطرائق العلمية وبحسب ما تفتضيه الظروف وتفرضه الإمكانيات. وهي وسيلة للحصول على المعلومات واكتساب الخبرات، وفهم الظواهر العلمية بأسلوب دقيق. (مبتعث ل.، 2018)

واستخدمت الباحثة خلال هذه الدراسة الملاحظة المنظمة المقصودة: وهي الملاحظة التي يسبقها خطة وأهداف، وتحديد لمختلف المشاهدات المتعلقة بالظاهرة، ويقوم الباحث بها بناءً على صياغة فرضيات يتوقع الباحث أن تكون هي الحل للمشكلة أو القضية العلمية التي يتناولها.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها

الدروس المستفادة

4.1. نتائج التحليل الاحصائي:

يعرض هذا الفصل نتائج تحليل المضمون لصفحتي "قف معنا، وفلسطين الدولية" ما بين الأول من أيار وحتى الأول من حزيران عام 2021 في محاولة لتبيان مدى قدرة أي من الصفحتين على ممارسة الدبلوماسية الرقمية وتحليل الموضوعات والمضامين التي يحاول الفلسطينيون والإسرائيليون ترويجها للعالم، حول يوميات الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، إذ حللت الدراسة 258 منشورا لصفحة " قف معنا الإسرائيلية" و 301 منشورا لصفحة" فلسطين الدولية"، بالاعتماد على تطبيق **Facebook pager**، وفيما يلي عرض ونقاش لأهم النتائج بعد إدخال البيانات على برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS**:

أولا: تحليل الصفحة الإسرائيلية "قف معنا":

4.1.1 شكل المادة المنشورة:

شكل المادة المنشورة:			
Frequency العدد			Percent النسبة المئوية
	خبر	167	64.7
	تقرير	28	10.9
	قصة	14	5.4
	بث مباشر	4	1.6
	مقابلة	17	6.6
	غير ذلك	27	10.5
	Total	257	99.6
Missing	System	1	.4
Total		258	100.0

غالبية منشورات صفحة "قف معنا" الإسرائيلية –حوالي 65%، كانت خبرا صحفيا، على حساب الأشكال الصحفية الأخرى، في حين مثلت نسبة التقارير الصحفية 11% والقصص الصحفية حوالي 5%، والمقابلات بحوالي 7%، فيما كان البث المباشر من أقل الأشكال الصحفية استخداما في فترة الدراسة تقريبا بنسبة 1%، فيما اعتمدت الصفحة على أِشكال صحفية ذات قوالب غير مصنفة وفق الباحثة بنسبة 11%، ويتضح من الجدول أعلاه أن صفحة "قف معنا" الإسرائيلية ما زالت تنتهج النمط الإخباري في تغطيتها، باعتماد الشكل الخبري أساس موادها المنشورة.

4.1.2 فئة الوسائط المستخدمة:

فئة الوسائط المستخدمة:					
		Frequency العدد	Percent النسبة المئوية	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نص مع صورة	151	58.5	58.8	58.8
	نص مع فيديو	76	29.5	29.6	88.3
	نص مع رابط	30	11.6	11.7	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

ما يقارب 59% من منشورات الصفحة الإسرائيلية استخدمت النص مع الصورة معا، بما يتناسب مع مؤشرات التفاعل الجيدة مع النصوص التي تحتوي الصور؛ لقدرتها على إيصال الرسالة والمعلومة بطريقة أكثر سلاسة، وملامسة للعواطف والمشاعر، عدا عن قدرتها على الاستحواذ على الانتباه، فيما كانت النصوص مع الفيديو معا حوالي 30%، وبهذا تكون صفحة "قف معنا" الإسرائيلية قد وظفت بناء الصورة بشكل خاص والمحتوى المرئي بشكل عام في المحتوى الإخباري التي تقدمه، وما يثبته هنا هو عدم وجود أي نصوص دون صور أو فيديو أو أي فئة مرئية، فيما عمدت الصفحة على إضافة روابط للقوالب

الصحفية التي تنشرها بحوالي 12%، وهي المنشورات التي كانت الأقل تفاعلا مع الجمهور حسب ملاحظة الباحثة، لما يطلبه من جهد من قبل المستخدم للنقر على الرابط، والانتقال إلى مصدر لا يعرفه المتابع، والذي عادة ما يحتوي على مادة طويلة نسبيا بعدد كلمات كثيرة لا تتناسب مع طبيعية المنشورات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك، وهو ما أوضحه (Cucu، 2021) أن وضع الروابط في منشورات وسائل التواصل الاجتماعي سيقلل من مستوى المشاركة لتلك المنشورات، وهذا ما انعكس على تفاعل المتابعين القليل مع هذه المنشورات التي تحتوي على روابط تحويله لمواقع إخبارية أخرى.

4.1.3 فئة استخدام الوسم:

فئة استخدام الوسم:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دون وسم	129	50.0	50.2	50.2
	مع وسم	39	15.1	15.2	65.4
	اكثر من وسم	89	34.5	34.6	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

نصف منشورات صفحة "قف معنا" لم تستخدم أي وسم، فلم تلتفت الصفحة الإسرائيلية لأهمية استخدام الوسم في 50% من محتواها وقدرته على زيادة نسبة الوصول للصفحة، وتحقيق تفاعل المتابعين معها، مقابل 35% من منشوراتها دمجت بين أكثر من وسم في المنشور الواحد مثل: إسرائيل تحت النار، إسرائيل تحت القصف، أنا أقف مع إسرائيل وغيرها.

4.1.4 فئة توقيت النشر:

فئة توقيت النشر:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مرتبط	200	77.5	77.8	77.8
	غير مرتبط	57	22.1	22.2	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

78% من منشورات صفحة "قف معنا" الإسرائيلية عبارة عن أحداث آنية مرتبطة بتطورات الأحداث في المسجد الأقصى والشيخ جراح وقطاع غزة والضفة الغربية، وهذا ما فسرته الباحثة بفعل تصاعد الأحداث السياسية خلال فترة الدراسة، فيما جاءت 22% من منشورات الصفحة الإسرائيلية غير آنية، ركزت الصفحة فيها على نشر مواضيع توعوية مثل: حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها، أو المسؤولية اتجاه الدول بالتضامن مع إسرائيل.

4.1.5 فئة الممثل:

فئة الممثل:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معلوم	130	50.4	50.6	50.6
	مجهول	49	19.0	19.1	69.6
	لا يوجد	78	30.2	30.4	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

حوالي نصف منشورات الصفحة الإسرائيلية اعتمدت على ذكر الفاعل الرئيسي مباشرة دون تمويه أو إخفاء، خاصة إذا كان الفاعل فلسطينيا، فتبرزه الصفحة، اما إذا كان المفعول به فلسطينيا، أي منفذ الاعتداء إسرائيلي فتقوم الصفحة الإسرائيلية بإخفاء الفاعل الرئيسي، كما في 49 منشور وبنسبة 19%، فيما حاولت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية كسب الثقة مع جمهورها، فيما لم يكن في 30% من منشوراتها أي منشورات تحمل صفة ممثل أو فاعل رئيسي بل اكتفت بذكر أحداث آنية اخبارية، أو محتوى توعوي تضامني مع إسرائيل وشعبها.

4.1.6 فئة لغة المحتوى:

فئة لغة المحتوى:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اخباري	160	62.0	62.3	62.3
	ترفيهي	20	7.8	7.8	70.0
	توعوي	77	29.8	30.0	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

سادت اللغة الإخبارية على 62% من منشورات صفحة "قف معنا" الإسرائيلية، على شكل مواد إخبارية تراوحت ما بين الخبر والقصة الصحفية والمقابلات والبث المباشر وغير ذلك، في حين قامت ببناء محتوى توعوي بنسبة 30%، ركزت في محتواها على أهمية التوعوية في الوقوف بجانب إسرائيل والتضامن مع شعبها، ورفض الفلسطينيين" وإرهابهم" – حسب تعبير الصفحة– في حين ذهبت نسبة 8% لمنشورات ترفيهية ما بين أحداث أو عروض فنية أو رياضية تخدم أيضا أهداف الصفحة، المتمثلة في خلق تضامن أكبر مع الإسرائيليين، أو منشورات أخرى تضمن التفاعل مع الجمهور بإعادة نشر الرسائل التضامنية التي تصل إلى الصفحة الإسرائيلية.

4.1.7 فئة الأطر المستخدمة:

فئة الأطر المستخدمة:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سياسي	19	7.4	7.4	7.4
	اقتصادي	4	1.6	1.6	8.9
	انساني	53	20.5	20.6	29.6
	ايدلوجي	26	10.1	10.1	39.7
	اخلاقي	8	3.1	3.1	42.8
	مسؤولية	15	5.8	5.8	48.6
	صراع	120	46.5	46.7	95.3
	غير ذلك	12	4.7	4.7	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

حوالي نصف منشورات صفحة "قف معنا" ركزت على أطر الصراع بالدرجة الأولى، إذ ركزت الصفحة في منشوراتها على مصطلحات من قبيل: الصراع بين الطرفين (إسرائيلي–فلسطيني)، يليها الأطر الإنسانية بحوالي 21%، ومن ثم الأطر الأيدولوجية بنسبة 10% كمنشورات تخاطب الأيديولوجيا الداخلية الإسرائيلية، التي تثير الدوافع القومية الإسرائيلية، فيما شكلت الأطر السياسية ما نسبته 7% والتركيز على دبلوماسية إسرائيل الرسمية، كالزيارات الرسمية والتصريحات والمواقف. في حين تمثل منشورات أطر المسؤولية 6% وهي تلك المنشورات التي ركزت على مسؤولية الدول والشعوب تجاه إسرائيل، أو التي تحمل مسؤولية ما يجري لشخص أو أفراد، أقل الأطر المستخدمة كانت الأطر الاقتصادية بما لا يزيد على 2%.

4.1.8 فئة موقع الحدث:

فئة موقع الحدث:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	إسرائيل	177	68.6	68.9	68.9
	الضفة الغربية	1	.4	.4	69.3
	قطاع غزة	5	1.9	1.9	71.2
	خارج إسرائيل	73	28.3	28.4	99.6
	غير ذلك	1	.4	.4	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

تفوقت مضامين التغطية الإخبارية لمنشورات من داخل إسرائيل (من شمال البلاد إلى جنوبها حسب تعريف الصفحة للبلاد) بمعدل 69%، فيما احتلت منشورات خارج إسرائيل (خاصة التي تحتوي على محتوى يظهر تضامن الدول والأفراد مع إسرائيل) ما نسبته 28% تلاها 6 منشورات من قطاع غزة بحوالي 2%، حاولت فيها الصفحة الإسرائيلية تغييب القصص والروايات الصادرة من قطاع غزة، ولم تذكر الصفحة أية قصص عن الشهداء والجرحى والمباني السكنية التي دمرتها الصواريخ الإسرائيلية، بل اكتفت بذكر قطاع غزة بأنها المنطقة التي تصدر منها" الصواريخ الإرهابية"، أما أخبار الضفة الغربية فاقتصرت على منشور واحد فقط، وهذا يفسر السياسة التحريرية للصفحة باجتزاء الضفة الغربية (كونها تابعة للسلطة الفلسطينية)، كما أن غالبية الأحداث فترة عينة الدراسة تركزت في داخل القدس وقطاع غزة.

4.1.9 فئة وصف أطراف الصراع:

فئة وصف أطراف الصراع:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	جيش الدفاع	11	4.3	4.3	4.3
	القوات والشرطة الإسرائيلية	5	1.9	1.9	6.2
	الارهابيون	80	31.0	31.1	37.4
	العصابات	2	.8	.8	38.1
	المخربون	2	.8	.8	38.9
	الكارهون	20	7.8	7.8	46.7
	غير ذلك(اليهود الإسرائيليون)	137	53.1	53.3	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

حاولت الصفحة تثبيت مصطلح اليهود والإسرائيليين من خلال محتواها في معظم منشوراتها بنسبة 53%، وصفت فيهم الاحتلال وقواته واذرعه بأنهم إسرائيليون أو يهود فقط؛ دون ذكر مصطلح الاحتلال حتى في المنشورات الخاصة بمدينة القدس والتي تُعتبر مدينة محتلة وفق القوانين الدولية، في مقابل ذلك، حاولت الصفحة إلصاق صفة الإرهابي على الفلسطيني وخاصة القاطن في قطاع غزة بنسبة 31%، ومصطلح الكارهون الذي تكرر بنسبة 8% خاصة في المضامين التي تحدثت عن معاداة السامية، أو أحداث المحرقة، فيما كانت نسبة استخدام مصطلح جيش الدفاع 4%، وصفت الصفحة الإسرائيلية فيها القوات الإسرائيلية بأنها قوات دفاع عن إسرائيل، وهو المصطلح التي تستخدمه عادة وسائل الإعلام الإسرائيلية لوصف وحدة ومن وحدات جيش الاحتلال.

4.1.10 فئة موضوع المادة المنشورة:

فئة موضوع المادة المنشورة:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الحياة في إسرائيل	8	3.1	3.1	3.1
	اهتمام إسرائيل بالمناسبات الدينية والوطنية	4	1.6	1.6	4.7
	إسرائيل تدعو للوحدة والمسأواة بين السكان	7	2.7	2.7	7.4
	بناء السلام والحفاظ علية	3	1.2	1.2	8.6
	إسرائيل تحترم الديانات الاخرى	5	1.9	1.9	10.5
	الحق الإسرائيلي في فلسطين	7	2.7	2.7	13.2
	العنف والاضطهاد ضد اليهود	131	50.8	51.0	64.2
	تطبيع العلاقات بين إسرائيل والدولة العربية	4	1.6	1.6	65.8
	التقدم الإسرائيلي والتطور العلمي	13	5.0	5.1	70.8
	معاداة السامية	21	8.1	8.2	79.0
	المحرقة والبطولة الإسرائيلية	5	1.9	1.9	80.9
	مناسبات تاريخية وارشيفية	6	2.3	2.3	83.3
	دعم الدول لإسرائيل	23	8.9	8.9	92.2
	أنسنة الجيش الإسرائيلي	7	2.7	2.7	94.9
	غير ذلك(حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها)	13	5.0	5.1	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

51% من منشورات صفحة "قف معنا" على الفيس بوك تتعلق بالعنف والاضطهاد ضد اليهود، وهو ما يتناسب مع الهدف الأساسي للصفحة بتبيان العنف الذي يتعرض له الإسرائيلي من قبل الفلسطينيين، من أجل كسب تضامن الشعوب والدول الأخرى، وهذا ما انعكس على وجود9% من المنشورات تتحدث عن دعم الدول لإسرائيل التي تحارب معادي السامية بنسبة منشورات وصلت إلى 8%، وهو ما يفسر إعطاء إسرائيل الحق في الدفاع عن نفسها في منشورات بلغت نسبتها 5%، فيما تشابهت مضامين الصفحة الإسرائيلية بعديد من المنشورات التي تتحدث عن موضوع معين مثل (إسرائيل تدعو للوحدة والمساوة بين السكان، والحق الإسرائيلي في فلسطين، وأنسنة الجيش الإسرائيلي) بوجود 7 مواد لكل منهما وبنسبة بلغت 3%، حاولت من خلالها أنسنة الجيش الإسرائيلي لكسب التضامن معه وتبرير ما يمارسه من اضطهاد بحق الفلسطينيين، كنشر صور لمجند إسرائيلي وبالزي الرسمي الذي ترك خدمته والوقوف بجانب دولته للوقوف بجانب امرأته التي تلد طفلها، أو نشر صور لمجند إسرائيلي يساعد فلسطيني وغيرها، اما المنشورات التي تحتوي على صور الحياة في إسرائيل فكانت بحوالي 2%، كما حاولت الصفحة الحفاظ على الصورة التي تحاول إسرائيل الترويج لها بأنها دولة متقدمة علميا، بنشر 13 مادة وبنسبة 5% تتضمن تفوق إسرائيل وتميزها بجانب معين، مثل مشاركة فنانة إسرائيلية بمسابقة عالمية أو انجاز رياضي يسجل لدولة إسرائيل وغيرها، كما ساعدت الصفحة الإسرائيلية، إسرائيل بالحفاظ على استراتيجيات بناء الصورة التي تحاول الحفاظ عليها في وسائل الإعلام بأن إسرائيل تحترم الديانات الأخرى وتريد بناء السلام والمحافظة عليه بنسبة 2% كنشر مواد لمسعفين من 3 ديانات مختلفة يؤدون أعمالهم داخل مركبة اسعاف واحدة.

كان التنوع في المواضيع واضحا في صفحة "قف معنا"، رغم تحديد الباحثة فترة زمنية قصيرة ترتبط بأحداث سياسية ساخنة في المنطقة، ورغم تصاعد الأحداث السياسية وكثرتها خلال تلك الفترة، لم تغفل إسرائيل المواضيع التاريخية والأرشيفية التي تحاول من خلالها إثبات صلتها بهذه الأرض ووجود تاريخ يربطها فيها، وجد هنالك منشورات تتحدث عن مناسبات تاريخية وأرشيفية بنسبة 2%، ومنشورات أخرى تتحدث عن المحرقة والبطولة الإسرائيلية بنسبة2%، كما أوضحت الصفحة أنه رغم انشغال إسرائيل بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي وحالة الحرب في أيار 2021 الا أنها لم تتجاهل المناسبات الدينية والوطنية والتي مثلت ما نسبته 2% من مجمل منشورات الصفحة. ومن الملاحظ أن التنوع في منشورات الصفحة الإسرائيلية ومضامينها جعل الصفحة تحظى بنسب تفاعل جيدة بما يلبي مختلف اهتمامات جمهورها ما بين سياسي وثقافي واجتماعي وديني.

4.1.11 فئة الأهداف:

فئة الأهداف:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	التبرير	20	7.8	7.8	7.8
	التهديد والتخويف	94	36.4	36.6	44.4
	التضامن	100	38.8	38.9	83.3
	التفوق والانجازات	40	15.5	15.6	98.8
	غير ذلك	3	1.2	1.2	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

39% من منشورات صفحة "قف معنا" تمثلت بخلق التضامن مع إسرائيل وسكانها، فيما كانت 36% من منشوراتها تهدف إلى خلق الخوف والتهديد في نفوس المتابعين من خلال نشر مواضيع إخبارية تظهر تعرض إسرائيل وشعبها إلى العنف من الإرهابين (الفلسطينيين)، مقابل إبراز التفوق والانجازات في 16% من منشوراتها، اما التبرير فقد وظفته الصفحة الإسرائيلية في 8% من منشوراتها؛ لتبرير ما تقوم به إسرائيل من انتهاكات أو اعتداءات بحق الفلسطينيين، وابراز نفسها بأن ما تقوم به هو ردة فعل.

4.1.12 فئة اللغة المستخدمة:

فئة اللغة المستخدمة				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
محايد	8	3.1	3.1	3.1
مؤيد	113	43.8	44.0	47.1
معارض	136	52.7	52.9	100.0

Total	257	99.6	100.0	
missing System	1	.4		
Total	258	100.0		

كانت اللغة المستخدمة في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية معارضه للمضمون الذي يحتويه المنشور، لما يحمله من اضطهاد ومعاناة للإسرائيليين نتيجة أفعال الفلسطينيين لا سيما ما تقوم به حركة حماس بإطلاق الصواريخ اتجاه إسرائيل بنسبة 52% من منشوراتها، مقابل تأييد الصفحة لمنشورات تتحدث عن التضامن مع إسرائيل وشعبها بحوالي 44%، فيما لاحظت الباحثة أن السياسة التحريرية كانت واضحة في المنشورات التي تنشرها ولم تلتزم الصفحة الحياد في لغتها المستخدمة، فاستخدمت الحياد في منشوراتها بنسبة 3% فقط.

4.1.13 فئة الجمهور المستهدف:

فئة الجمهور المستهدف:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	داخلي محلي	116	45.0	45.1	45.1
	عربي	7	2.7	2.7	47.9
	دولي	134	51.9	52.1	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
	Total	258	100.0		

حاولت صفحة "قف معنا" الحفاظ على الهدف الرئيسي في محتواها عبر صفحتها الخاصة على الفيس بوك بمخاطبة الجمهور الخارجي الدولي؛ لكسب تعاطف وتضامن أكبر من المجتمع الدولي، فوصلت نسبة المنشورات الموجهة للجمهور الدولي 52% من المنشورات التي نشرتها الصفحة خلال الفترة الزمنية المحددة، فيما خاطبت الصفحة المجتمع المحلي الداخلي بنسبة 45% تخللها نشر أخبار توضح فيها موقع سقوط الصواريخ التي أطلقتها حركات المقاومة في غزة، ونشر مواد لموقع إطلاق صفارات الإنذار

وغيرها في لغة خطاب محلية، تمثلت بذكر مواقع جغرافية يفهم موقعها الجمهور الداخلي، اما جمهورها العربي فتلخص في 3% فقط من منشوراتها التي تتحدث عن تطبيع العلاقات مع الدول العربية، كالسودان والامارات والبحرين وغيرها.

4.1.14 فئة مصادر المعلومات:

فئة مصادر المعلومات:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مؤسسات حكومية	16	6.2	6.2	6.2
	شخصيات حكومية	14	5.4	5.4	11.7
	الصفحة ذاتها	30	11.6	11.7	23.3
	شخصيات مستقلة	9	3.5	3.5	26.8
	مصادر إسرائيلية	61	23.6	23.7	50.6
	شخصيات إسرائيلية	23	8.9	8.9	59.5
	مصادر دولية	7	2.7	2.7	62.3
	شهود عيان	47	18.2	18.3	80.5
	مواقع التواصل الاجتماعي	15	5.8	5.8	86.4
	بدون مصدر	35	13.6	13.6	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

اعتمدت صفحة "قف معنا" على عدة مصادر لمعلوماتها التي غذت فيها محتوى منشوراتها على الفيس البوك، فاعتمدت على المصادر الإسرائيلية بنسبة 24%، فيما كان لشهود العيان دورا بارزا كفئة مصادر للمعلومات بنسبة 18% تمثلت بنشر فيديوهات لأشخاص يقومون بتصوير الأحداث، خاصة فيما يتعلق بتعرض بعض المناطق المحيطة والقريبة على قطاع غزة لإطلاق صواريخ، فيما كانت حوالي 14% من

المنشورات دون الإشارة لوجود أي مصدر، خاصة المنشورات التي تتضمن مواضيع التضامن مع إسرائيل، من خلال رسائل تصل للصفحة وتقوم الصفحة بإعادة نشرها، فيما كان هنالك جهد للقائمين على الصفحة بنشر مواد تتضمن أعمال خاصة بالصفحة بنسبة 12%، فيما اعتمدت الصفحة على الشخصيات الإسرائيلية كمصدر لها بنسبة 9%، والشخصيات المستقلة المتمثلة في شخصيات رياضية أو فنية أو مؤثرين بحوالي 4%، اما تصريحات الشخصيات الحكومية فظهرت بنسبة 5%، فيما احتلت المؤسسات الحكومية نسبة 6% من فئة مصادر المعلومات للمنشورات على الصفحة، كان أقلها اعتماد الصفحة على المصادر الدولية بنسبة 3% خلال الفترة الزمنية المحددة.

4.1.15 فئة الاستمالات الإقناعية:

فئة الاستمالات الاقناعية:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	استمالات عقلية	20	7.8	7.8	7.8
	استمالات عاطفية	107	41.5	41.8	49.6
	كلاهما	51	19.8	19.9	69.5
	لا يوجد	78	30.2	30.5	100.0
	Total	256	99.2	100.0	
Missing	System	2	.8		
Total		258	100.0		

4.1.16 فئة الاستمالات العاطفية:

فئة الاستمالات العاطفية:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	استخدام الرموز والشعارات	12	4.7	7.5	7.5
	مخاطبة المشاعر الدينية	14	5.4	8.8	16.3
	مخاطبة المشاعر القومية	88	34.1	55.0	71.3
	الاستدلال بالتوراة والنصوص الدينية	2	.8	1.3	72.5
	مخاطبة الحواس	43	16.7	26.9	99.4
	غير ذلك	1	.4	.6	100.0
	Total	160	62.0	100.0	
Missing	System	98	38.0		
Total		258	100.0		

4.1.17 فئة الاستمالات العقلية:

فئة الاستمالات العقلية:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معلومات تحتوي ارقام والاحصاءات	29	11.2	43.3	43.3
	معلومات تحتوي المصادر والوثائق	27	10.5	40.3	83.6
	تقديم الحجج المنطقية وتفنيد الآراء المضادة	11	4.3	16.4	100.0
	Total	67	26.0	100.0	
Missing	System	191	74.0		
Total		258	100.0		

اعتمدت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية على الاستمالات الاقناعية في بناء محتواها عبر الفيس بوك، حيث بلغت نسبة الاستمالات العاطفية حوالي 42%، تمحورت بمجملها حول مخاطبة المشاعر القومية (مخاطبة الدوافع القومية للإسرائيليين) بنسبة 34 % تلاها مخاطبة الحواس بنسبة 17% (تمثلت بنشر نصوص مع صور أو فيديو معا لعائلات خرجت من تحت قصف الصواريخ الارهابية الفلسطينية، أو احتضان الأفراد لحيواناتهم الأليفة في محتوى تخاطب النظر والسمع والحواس) تلاها مخاطبة المشاعر الدينية (الحق الديني والتاريخي في فلسطين، أو الحديث عن مناسبات دينية وأماكن دينية) بنسبة 5%، كما واعتمدت الصفحة الإسرائيلية على استخدام الرموز والشعارات (مواد تحتوي على صور للعلم الإسرائيلية، أو رموز ترتبط بالديانة أو التاريخ اليهودي) بحوالي 5% فيما كان الاستدلال الواضح بالتوراة والنصوص الدينية من أقل الاستمالات العاطفية استخداما بنسبة 0.8%.

في حين بلغت نسبة الاستمالات العقلية حوالي 8%، تمحورت حول تقديم معلومات تحتوي أرقام واحصاءات بنسبة 11%، ومعلومات تحتوي المصادر والوثائق بنسبة 11%، فيما قدمت المنشورات الحجج المنطقية وفندت الآراء المضادة بنسبة 4%.

كما لجأت الصفحة الإسرائيلية إلى استخدام الاستمالات العاطفية والعقلية معا في نفس المنشور بنسبة 20% ؛ لزيادة التفاعل مع المنشورات، من خلال توظيف الاستمالات العاطفية التي تخاطب دوافع المتلقي وتحفزه للتفاعل مع المحتوى، وهو ما يترجم اعتماد الصفحة على الاستمالات العاطفية بما يتناسب مع الهدف الأساسي للصفحة لخلق تضامن دولي مع إسرائيل وشعبها، فيما وظفت الصفحة الاستمالات العقلية لاحترام عقل وذهن المتابع وتقديم كل ما يحتاجه من براهين واثباتات، لتخلق بينه وبين الصفحة ثقة في الرسائل التي تروج لها، فيما كان هنالك ما نسبته 30% من المنشورات لا يوجد فيها أية استمالات عقلية أو عاطفية خاصة تلك المنشورات التي تتضمن إعادة نشر رسائل التضامن مع إسرائيل دون نصوص أو اضافات من قبل القائمين على الصفحة.

ملاحظة: الإدخال المفقود يمثل إدخال فئة على حساب فئة أخرى (إذا كان لا يوجد استمالات عاطفية أو عقلية فسيكون هنالك إدخال مفقود في فئة الاستمالات، أو إذا كان استمالات عاطفية في منشور معين سيكون الإدخال في الفئات العقلية مفقود وهكذا).

4.1.18 فئة التفاعل بالاعجابات:

فئة التفاعل بالإعجابات:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-300 ضعيف	59	22.9	23.0	23.0
	3001-500 متوسط	48	18.6	18.7	41.6
	501-800 قوي	57	22.1	22.2	63.8
	801-وأكثر قوي جدا	93	36.0	36.2	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

تفاعل المتابعين مع صفحة "قف معنا" الإسرائيلية من ناحية الإعجابات كان قوي جدا، أي أن 36% من المنشورات حازت على 800 اعجاب وأكثر، خاصة تلك المنشورات التي تتحدث عن القصص الإنسانية للإسرائيليين بعد تعرضهم للقصف من قبل الإرهابين من قطاع غزة، بالإضافة إلى الحديث عن الأطفال والنساء وحقهم بحياة آمنة، حاز أحد المنشورات على 9461 إعجاب تمثل بمادة إخبارية لنص مع صورة لصحيفة استرالية نشرت في العشرين من أيار عام 2021 توضح فيه القصف التي تتعرض له المدن الإسرائيلية، مع تقديم الصفحة لمجموعة من الأرقام والاحصاءات حول عدد الضحايا الإسرائيليين، وظفت فيه الصفحة الاستمالات العقلية والعاطفية معا، وبهذا يبدو أن المنشورات ذات المضامين الإنسانية التي توظف البعد المرئي في محتواها تؤثر بشكل بارز على المتابعين وتفاعلهم. فيما كان التفاعل ضعيف بنسبة 23% خاص في المنشورات التي جاءت على شكل تقارير صحفية خاصة تلك التي تحتوي على رابط تحويلي.

4.1.19 فئة التفاعل بالتعليقات:

فئة التفاعل بالتعليقات:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-100 ضعيف	178	69.0	69.3	69.3
	101-300 متوسط	62	24.0	24.1	93.4
	301-500 قوي	10	3.9	3.9	97.3
	501-وأكثر قوي جدا	7	2.7	2.7	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

كانت فئة تفاعل المتابعين بالتعليقات مع منشورات الصفحة الإسرائيلية ضعيفة بنسبة 69% وهو ما يبرره مختصين في مواقع التواصل الاجتماعي لما تحتاجه هذه الفئة من جهد ووقت في كتابة التعليقات والكلمات على المنشورات، وحسب موقع فيس بوك نفسه تعتبر التعليقات والتفاعل فيها من ثاني أقوى أدوات قياس التفاعل مع المنشورات عبر الفيس بوك، حيث مثلت المنشورات التي حازت على تفاعل قوي جدا حوالي 3% وأكثرهم تفاعلا كان منشور الرابع والعشرين من أيار عام 2021 لقصة عائلة إسرائيلية لقت حتفها في حادث سير في ايطاليا، حاز المنشور على تعليق 884 متابع، والتي استخدمت فيه الصفحة الاستمالات العاطفية، فخاطبت فيه المشاعر القومية للمتابعين بذكر ديانة وقومية الضحايا، ومخاطبة الحواس والتأثير على مشاعر المتابعين من خلال نشر صور أطفال وأمهم، كما ولاحظت الباحثة أن المواضيع الاجتماعية بعيدا عن المواضيع السياسية تلقى اهتمام وتفاعل أكبر من قبل المتابعين.

4.1.20 فئة التفاعل بالمشاركة:

فئة التفاعل بالمشاركة:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-100 ضعيف	129	50.0	50.2	50.2
	101-300 متوسط	80	31.0	31.1	81.3
	301-500 قوي	25	9.7	9.7	91.1
	501-وأكثر قوي جدا	23	8.9	8.9	100.0
	Total	257	99.6	100.0	
Missing	System	1	.4		
Total		258	100.0		

نصف منشورات صفحة "قف معنا" الإسرائيلية كان التفاعل فيها من حيث المشاركة ضعيفة، فيما حصل حوالي 9% من منشوراتها على تفاعل قوي جدا، وكانت أكثر المنشورات تفاعلا من ناحية فئة المشاركة، منشور نشرته الصفحة في الرابع والعشرين من أيار عام 2021 لمقطع فيديو بلغت مدته 3:17 لشخصية إسرائيلية تتحدث عن حقيقة الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، وحقيقة ما يحصل على أرض الواقع، وكان قد حاز على 3642 مشاركة.

تعتبر فئة التفاعل بالمشاركة من أكثر الفئات قياسا وفعالية للتفاعل من قبل المتابعين، وذلك لما يتطلب من هذه الفئة الإقناع؛ لتمكن المتابع من إعادة نشر منشورات الصفحة على الصفحة الشخصية للمتابع وتبني نفس وجهة النظر، حسب مؤشرات التفاعل على موقع الفيس بوك.

ثانيا: تحليل نتائج الصفحة الفلسطينية "Palestine International Broadcast":

4.1.21 شكل المادة المنشورة:

شكل المادة المنشورة:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	خبر صحفي	203	67.4	67.4	67.4
	تقرير صحفي	12	4.0	4.0	71.4
	قصة صحفية – فيتشر	46	15.3	15.3	86.7
	بث مباشر	2	.7	.7	87.4
	مقابلة صحفية	16	5.3	5.3	92.7
	غير ذلك	22	7.3	7.3	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

67% من منشورات صفحة "فلسطين الدولية" استخدمت الخبر الصحفي في نشر موضوعاتها على صفحتها الخاصة عبر الفيس بوك مقارنة بالمنشورات الأخرى والتي كانت على النحو التالي: 15% للقصة الصحفية و5% للمقابلة الصحفية، والتقرير الصحفي بنسبة 4%، فيما لم يكن سوى بثين مباشرين خلال الفترة الزمنية المحددة لعينة الدراسة بنسبة 0.7 %، كما واعتمدت الصفحة على نشر مواد غير مصنفة بالأشكال الصحفية المحددة من قبل الباحثة، وجاءت بنسبة 7%.

لاحظت الباحثة أن الصفحة لم تستخدم الخبر الصحفي بشكله التقليدي (أوضح، وقال، وذكر، والأساليب الإخبارية التقليدية) بل كانت الأخبار الصحفية المنشورة بنسبة 67% هي مواد إخبارية لا تتجاوز ال 250 كلمة.

4.1.22 فئة الوسائط المستخدمة:

فئة الوسائط المستخدمة					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نص مع صورة	115	38.2	38.2	38.2
	نص مع فيديو	185	61.5	61.5	99.7
	نص مع رابط	1	.3	.3	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

احتلت فئة النص مع الفيديو معا حوالي 62% من منشورات الصفحة، ما يفسر التفاعل القوي ما بين المتابعين والمنشورات المرئية؛ لقدرتها على جذب انتباه المتابعين، وملامسة عواطفهم ومشاعرهم بطريقة أكثر سلاسة، مقابل 38% لنص مع صورة معا والتركيز من خلالها على مخاطبة الحواس، والبعد البصري وما يخلقه من تفاعل مع الصفحة، وهو ما يفسر عدم وجود أية نصوص دون صور أو فيديو خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، منذ الأول من أيار حتى الأول من حزيران عام 2021.

4.1.23 فئة استخدام الوسم:

فئة استخدام الوسم:hash tag					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دون وسم	85	28.2	28.2	28.2
	وسم واحد	9	3.0	3.0	31.2
	أكثر من وسم	207	68.8	68.8	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

حوالي 69% من منشورات صفحة "فلسطين الدولية" استخدمت أكثر من وسم في المنشور الواحد، فالصفحة الفلسطينية تعي أهمية وجود وسم ضمن محتواها عبر صفحة الفيس بوك الخاصة بها؛ لزيادة سهولة وصول المنشور لأكبر عدد ممكن، مقابل 28% من منشورات الصفحة لم يكن فيها أية وسوم، ومن الأوسمة التي استخدمتها الصفحة خلال مدة الدراسة (أنقذوا حي الشيخ جراح، الشيخ جراح، فلسطين، غزة تحت النار، غزة تحت القصف وغيرها).

4.1.24 فئة توقيت النشر:

فئة توقيت النشر:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مرتبط بحدث معين	264	87.7	88.0	88.0
	غير مرتبط بحدث معين	36	12.0	12.0	100.0
	Total	300	99.7	100.0	
Missing	System	1	.3		
Total		301	100.0		

88% من المحتوى التي تنشره صفحة "فلسطين الدولية" آني ومرتبط بحدث معين، وتحديدا أحداث المسجد الأقصى ومحاولات تهجير عائلات فلسطينية من حي الشيخ جراح، والحرب المشنة على قطاع غزة، وتطورات الأحداث السياسية في الضفة الغربية، وهذا يعكس اهتمام الصفحة بمواكبة ما يحدث من تطورات على الساحة السياسية، كونها صفحة تعرف ذاتها بأنها إخبارية، مقابل 12% من نشر مواد لا ترتبط بحدث آني.

4.1.25 فئة الممثل:

فئة الممثل:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معلوم	189	62.8	62.8	62.8
	مجهول	28	9.3	9.3	72.1
	لا يوجد	84	27.9	27.9	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

63% من منشورات صفحة "فلسطين الدولية" قامت بذكر الفاعل الرئيسي، خاصة تلك المنشورات التي يكون فيها الممثل الرئيس إسرائيليا أو مستوطنا، اما في حال كانت المنشورات بغاية التبرير –بأن يكون الفاعل فلسطينيا، فيكون الممثل مجهول كما في 9% من المنشورات.

4.1.26 فئة لغة المحتوى:

فئة لغة المحتوى:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اخباري	203	67.4	67.4	67.4
	قصصي	9	3.0	3.0	70.4
	توعوي	89	29.6	29.6	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

تعتمد صفحة "فلسطين الدولية" على اللغة الإخبارية في مضامينها، حيث نشرت حوالي 67% من منشوراتها بصيغة إخبارية، ضمت أشكالا مختلفة من الفنون الصحفية، وهو ما يتناسب مع وصف الصفحة بأنها صفحة إخبارية، في حين قامت ببناء محتوى توعوي بنسبة 30%، ركزت في محتواها على أهمية توعوية المتابعين في القضية الفلسطينية وحقوق الشعب الفلسطيني وضرورة التضامن مع فلسطين

وشعبها، عدا عن نشر محتوى بلغة قصصية بنسبة 3%، عادة ما تم العمل عليها بجهد ذاتي من قبل القائمين على الصفحة.

4.1.27 فئة الأطر المستخدمة في المضمون:

فئة الأطر المستخدمة في المضمون:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سياسي	22	7.3	7.3	7.3
	اقتصادي	1	.3	.3	7.7
	انساني	92	30.6	30.7	38.3
	ايدولوجي	19	6.3	6.3	44.7
	أخلاقي	12	4.0	4.0	48.7
	مسؤولية	48	15.9	16.0	64.7
	صراع	103	34.2	34.3	99.0
	غير ذلك	3	1.0	1.0	100.0
	Total	300	99.7	100.0	
Missing	System	1	.3		
Total		301	100.0		

حوالي 34% من منشورات صفحة "فلسطين الدولية" ركزت على أطر الصراع بالدرجة الأولى، طغى عليها استخدام مصطلحات الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، يليها الأطر الإنسانية بنسبة 31% تتركز في مجملها على قصص الأطفال في قطاع غزة تحت القصف، أو مصير العائلات هنالك، ما يترتب عليها من مسؤولية دولية وشعبية للالتفاف والوقوف مع الشعب الفلسطيني فخلقت أطر المسؤولية بنسبة 16%، فيما كانت التحركات السياسية والدبلوماسية وما يتعلق بسياسة الدول متواجدة في منشورات بلغت نسبتها 7%، تلاها الأطر الأيدولوجية التي تركز على الأمور الداخلية الفلسطينية بنسبة 6%، أقلها كانت المنشورات التي تحمل أطرا اقتصادية بنسبة 0.3%.

4.1.28 فئة موقع الحدث:

فئة موقع الحدث:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	القدس	86	28.6	28.6	28.6
	الضفة الغربية	30	10.0	10.0	38.5
	قطاع غزة	83	27.6	27.6	66.1
	خارج فلسطين	74	24.6	24.6	90.7
	الداخل الفلسطيني	28	9.3	9.3	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

تميزت صفحة فلسطين الدولية بتنوع مواقع أحداث منشوراتها، فكانت القدس حاضرة في 29% من منشورات الصفحة، خاصة الأخبار التي تركز على أحداث الشيخ جراح وباب العامود والمسجد الأقصى، تلاها بفارق بسيط الأخبار من قطاع غزة بنسبة بلغت 28%، تتحدث جلها عن العائلات المنكوبة جراء تعرضها للقصف الإسرائيلي، أو أخر التطورات السياسية هناك، اما الضفة الغربية فكانت الأخبار المتعلقة بها بنسبة 10%، كما كان هنالك أخبار من خارج حدود فلسطين بنسبة 25%، أقلها كان المنشورات التي تتحدث عن الداخل الفلسطيني بنسبة 9%.

4.1.29 فئة وصف أطراف الصراع:

فئة وصف أطراف الصراع:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	قوات الاحتلال	78	25.9	25.9	25.9
	المقاومون	2	.7	.7	26.6
	الارهابيون (العنصريون،الاستعماريون،الصهيونية)	64	21.3	21.3	47.8
	الفلسطينيون) المواطنون)	61	20.3	20.3	68.1
	المستوطنون) المتطرفون)	16	5.3	5.3	73.4
	الضحايا	8	2.7	2.7	76.1
	الإسرائيليون) إسرائيل)	52	17.3	17.3	93.4
	غير ذلك	20	6.6	6.6	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

انعكست السياسة التحريرية لصفحة "فلسطين الدولية" على استخدام المصطلحات فيها خاصة في وصف أطراف الصراع، فصفحة "فلسطين الدولية" تعتبر القوات الشرطية في فلسطين هي قوات احتلال وهو ما ترجم خلال هذا الجدول تحت مصطلح قوات الاحتلال بنسبة 26%، تلاها وصف ما تفعله قوات الاحتلال بالإرهاب أو العنصرية والاستعمار والصهيونية بنسبة 21%، فيما حاولت الصفحة التأكيد على أن الفلسطينيين هم المواطنون الأصليون لهذه البلاد بوصفهم مواطنين فلسطينيين بنسبة 20%، مقابل وصف طرف الصراع الآخر بالإسرائيليين أو إسرائيل كدولة بنسبة 17%، وإضافة صفة الضحية للفلسطينيين المعتدى عليهم من الاحتلال بنسبة 3%، فيما لاحظت الباحثة أن المصطلحات المستخدمة في الصفحة الفلسطينية حاول القائمون عليها مناسبتها مع لغة العالم الخارجي، فلم تصف الصفحة الفلسطينية الأعمال أو الهجوم الصادر من قطاع غزة بأعمال مقاومة" كون حماس مسؤولة عنها"، وحماس في التصنيف الدولي تعتبر جماعة إرهابية، فحاولت الصفحة الابتعاد عن استخدام كلمة المقاومة حتى لو كان مصدر الأخبار من غزة، لأنها تعي الموقف الغربي من حركات المقاومة في غزة، واقتصرت على استخدام كلمة المواطنون أو الضحايا أو صواريخ صادرة من غزة، كما لجأت الى استخدام قوات

الاحتلال والمحتل خاصة اذا ما كانت الأخبار عن القدس؛ كون القدس مدينة محتلة وفق لقانون الدولي، أي أن الصفحة حاولت تقريب مصطلحاتها من المصطلحات المعتمدة من قبل العالم الخارجي.

4.1.30 فئة موضوع المادة المنشورة:

فئة موضوع المادة المنشورة:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	انتهاكات الاحتلال	47	15.6	15.9	15.9
	أخبار عن الشهداء	23	7.6	7.8	23.6
	أخبار عن الاستيطان	3	1.0	1.0	24.7
	أخبار عن الأسرى والمعتقلين	6	2.0	2.0	26.7
	مواضيع تاريخية وأرشيفية	2	.7	.7	27.4
	العنف والاضطهاد ضد الفلسطينيين	85	28.2	28.7	56.1
	ردود الفعل الدولية اتجاه فلسطين	17	5.6	5.7	61.8
	الحق الفلسطيني في فلسطين	11	3.7	3.7	65.5
	قصص صمود وتحدي	33	11.0	11.1	76.7
	الثقافة والحياة اليومية	14	4.7	4.7	81.4
	التفاعل والتضامن مع القضية الفلسطينية	54	17.9	18.2	99.7
	غير ذلك	1	.3	.3	100.0
	Total	296	98.3	100.0	
Missing	System	5	1.7		
Total		301	100.0		

العنف والاضطهاد ضد الفلسطينيين كان من أهم المواضيع التي نشرتها الصفحة خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، بنسبة 28% لإبراز مدى المعاناة التي يعيشها الشعب الفلسطيني جراء الاحتلال

وانتهاكاته التي سجلتها 47 مادة بنسبة 16%؛ لكسب التفاعل والتضامن مع القضية الفلسطينية التي ترجمت في 18% من منشورات الصفحة الفلسطينية، مقابل قصص صمود وتحدي الفلسطينيين رغم انتهاكات الاحتلال بنسبة11% عدا عن الحق الفلسطيني في فلسطين بما يقارب 4%، كما حاولت الصفحة تسليط الضوء على الثقافة الفلسطينية العامة والحياة اليومية للفلسطينيين في 5% من منشوراتها، وما نتج عن نشر هذه الأخبار والتحركات السياسية من ردود فعل دولية اتجاه فلسطين بنسبة 6%، كما تنوعت الأخبار التي رصدتها الصفحة عن الشهداء والاستيطان والأسرى والمعتقلين والمواضيع التاريخية والأرشيفية بمجموع وصلت نسبته إلى 11%.

لاحظت الباحثة ابتعاد الصفحة في المواضيع التي تنشرها عن الأخبار التشريفية أو تحركات وانجازات الحكومة الفلسطينية، وهذا يتناسب مع الأهداف التي قامت على أساسها صفحة "فلسطين الدولية" بإيصال صورة الفلسطيني وما يتعرض له من انتهاكات بفعل الاحتلال الإسرائيلي للعالم الخارجي؛ لكسب تضامن الشعوب والدول مع القضية الفلسطينية.

4.1.31 فئة الأهداف:

فئة الأهداف:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	التبرير	16	5.3	5.3	5.3
	التهديد والتخويف	124	41.2	41.2	46.5
	التضامن	143	47.5	47.5	94.0
	الترويج) التفوق والإنجازات(	16	5.3	5.3	99.3
	غير ذلك	2	.7	.7	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

48% من منشورات صفحة "فلسطين الدولية" كانت بهدف خلق التضامن مع فلسطين، في حين حاولت الصفحة الفلسطينية جعل المتابع يشعر وكأنه تحت التهديد جراء انتهاكات الاحتلال بمنشورات وصلت نسبتها ال 41%، فيما تشابهت المنشورات التي تهدف إلى الترويج والتبرير في الصفحة بنسبة حوالي 5%.

16 منشورا كان بهدف التبرير، كتلك التي تبرر إلقاء الحجارة من قبل الفلسطينيين واندلاع مواجهات نتيجة اعتداءات قوات الاحتلال، أو تبرير إطلاق صواريخ بدائية الصنع اتجاه مناطق إسرائيلية نتيجة القصف المتواصل لقطاع غزة.

4.1.32 فئة اللغة المستخدمة:

فئة اللغة المستخدمة:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	16	5.3	5.3	5.3
	مؤيد	107	35.5	35.5	40.9
	معارض	178	59.1	59.1	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

كانت اللغة المستخدمة في صفحة "فلسطين الدولية" معارضه لمضمون المحتوى الذي تنشره بما يحمله من اعتداءات وانتهاكات إسرائيلية على الشعب الفلسطيني بنسبة 59%، اما المواضيع التي أيدتها الصفحة الفلسطينية فكانت بنسبة 36% وكانت معظمها منشورات تركز على التضامن مع الشعب الفلسطيني، فيما كانت الصفحة الفلسطينية حيادية في 5% من منشوراتها.

4.1.33 فئة الجمهور المستهدف:

فئة الجمهور المستهدف:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	داخلي- محلي	34	11.3	11.3	11.3
	عربي	6	2.0	2.0	13.3
	دولي	261	86.7	86.7	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

وجهت صفحة فلسطين الدولية 87% من منشوراتها للجمهور الدولي، اما المنشورات الموجهة للجمهور الداخلي فكانت بنسبة11%، فيما لم يتجاوز الجمهور العربي نسبة 2%.

4.1.34 فئة مصادر المعلومات:

فئة مصادر المعلومات:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مؤسسات حكومية	5	1.7	1.7	1.7
	شخصيات حكومية	16	5.3	5.3	7.0
	الصفحة ذاتها	68	22.6	22.6	29.6
	شخصيات مستقلة	18	6.0	6.0	35.5
	مصادر وشخصيات إسرائيلية	3	1.0	1.0	36.5
	مصادر فلسطينية	4	1.3	1.3	37.9
	مصادر دولية	13	4.3	4.3	42.2
	شهود عيان	70	23.3	23.3	65.4
	مواقع التواصل الاجتماعي	23	7.6	7.6	73.1
	بدون مصدر	81	26.9	26.9	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

اعتمدت صفحة "فلسطين الدولية" على عدة مصادر لمعلوماتها غذت فيها محتوى منشوراتها على الفيس بوك، كشهود العيان بنسبة 23%، تمثلت بنشر موضوعات لشهود عيان قاموا بتوثيق أحداث خلال تواجدهم في مكان ما، أو من خلال رواية شهود عيان يقصون ما حدث معهم خلال فترة الحرب على قطاع غزة، كما اعتمدت الصفحة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للفيديوهات أو الصور التي تقوم بإعادة نشرها بحوالي 8%، ما ساعد الصفحة على الوصول إلى كافة المناطق التي تشهد أحداث وتطورات سياسية، كما كانت الشخصيات الحكومية إحدى مصادر معلومات صفحة "فلسطين الدولية" سواء كانت هذه الشخصيات فلسطينية أو عربية بنسبة 5%، في حين مثلت الشخصيات المستقلة التي تشمل نشطاء أو مؤثرين في جوانب مختلفة مصدر لمعلومات الصفحة الفلسطينية بنسبة 6%، فيما

لاحظت الباحثة اعتماد الصفحة على ذاتها في إعداد منشورات من قبل القائمين على الصفحة، بما يتناسب مع مقاييس ومعايير المنشورات المنتجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة 23%، فيما كانت النسبة الأكبر من فئة مصادر المعلومات وهي 30% دون ذكر مصدر واضح، معظمها كانت للمنشورات التي تحتوي أخبار عن الشهداء أو اعتقالات أو بناء استيطاني، رغم أن هذه الأرقام والمعلومات المقدمة في محتوى الصفحة مستندة على بيانات المؤسسات الحكومية المسؤولة عن إصدار هذه الأرقام، كوزارة الصحة الفلسطينية في أخبار الشهداء، أو مركز الاحصاء الفلسطيني وغيرها، ولهذا لم يتم تصنيف هذه المنشورات بأن مصدرها الصفحة ذاتها –حسب تصنيف الباحثة، رغم وجود جهد واضح للصفحة الفلسطينية في إعادة صياغة هذه المعلومات واعادة تقديمها بما يتناسب وأهداف الصفحة.

4.1.35 فئة الاستمالات الاقناعية:

فئة الاستمالات الاقناعية:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	استمالات عقلية	21	7.0	7.0	7.0
	استمالات عاطفية	182	60.5	60.5	67.4
	كلاهما	48	15.9	15.9	83.4
	لا يوجد	50	16.6	16.6	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

4.1.36 فئة الاستمالات العاطفية:

فئة الاستمالات العاطفية:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	استخدام الرموز والشعارات	34	11.3	14.8	14.8
	مخاطبة المشاعر الدينية	26	8.6	11.3	26.1
	مخاطبة المشاعر القومية	68	22.6	29.6	55.7
	مخاطبة الحواس	94	31.2	40.9	96.5
	غير ذلك	8	2.7	3.5	100.0
	Total	230	76.4	100.0	
Missing	System	71	23.6		
Total		301	100.0		

4.1.37 فئة الاستمالات العقلية:

فئة الاستمالات العقلية:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معلومات تحتوي الأرقام والاحصاءات	20	6.6	29.4	29.4
	معلومات تحتوي المصادر والوثائق	36	12.0	52.9	82.4
	تقديم الحجج المنطقية، وتفنيد الآراء المضادة	12	4.0	17.6	100.0
	Total	68	22.6	100.0	
Missing	System	233	77.4		

Total	301	100.0		

اعتمدت صفحة فلسطين الدولية على الاستمالات العاطفية في بناء محتواها عبر الفيس بوك بحوالي 42%، تمحورت بمجملها حول مخاطبة المشاعر القومية الفلسطينية العربية بنسبة 34%، كما عمدت الصفحة على مخاطبة الحواس للمتلقين؛ للتأثير في مشاعرهم وانفعالاتهم بنسبة17% من منشوراتها، اما المنشورات التي تتحدث عن المساس في الأماكن الدينية أو اقتحام المسجد الأقصى وغيرها، فكان من خلالها يتم مخاطبة المشاعر الدينية بنسبة 5%، كما وحاولت التأثير على تفاعل المتابعين من خلال استخدام الرموز والشعارات كالعلم الفلسطيني تصريحات قادة سياسيين، وغيرها بنسبة 5%.

في حين بلغت نسبة الاستمالات العقلية حوالي 8%، تمحورت حول تقديم معلومات تحتوي الأرقام والاحصاءات في 29 مادة، خاصة في المنشورات التي تتحدث عن الشهداء والوحدات الاستيطانية وغيرها، تلاها تقديم معلومات تحتوي على المصادر والوثائق في 27 مادة، كما وحاولت الصفحة تقديم الحجج المنطقية وتفنيد الآراء المضادة في 11 مادة.

في حين لجأت الصفحة إلى استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية معا في المنشور ذاته بنسبة 16%؛ للتأثير أكثر على دوافع المتلقي وزيادة تفاعله مع المنشور، فيما كانت 17% من المنشورات دون أية استمالات عاطفية أو عقلية.

ملاحظة: الإدخال المفقود يمثل إدخال فئة على حساب فئة أخرى (إذا كان لا يوجد استمالات عاطفية أو عقلية فسيكون هنالك إدخال مفقود في فئة الاستمالات، أو إذا كان استمالات عاطفية في منشور معين سيكون الإدخال في الفئات العقلية مفقودة وهكذا)

4.1.38 فئة التفاعل بالاعجابات:

فئة التفاعل بالإعجابات:.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-300 ضعيف	64	21.3	21.3	21.3
	301-500 متوسط	43	14.3	14.3	35.5
	501-800	47	15.6	15.6	51.2

	قوي				
	801-وأكثر قوي جدا	147	48.8	48.8	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

كان التفاعل في صفحة "فلسطين الدولية" من حيث الإعجابات قوي جدا بنسبة 49%، خاصة تلك المنشورات التي تضم قصص انسانية للأطفال والعائلات المتواجدة تحت القصف الإسرائيلي في قطاع غزة، فيما حاز فيديو كانت الصفحة الفلسطينية قد نشرته في الرابع عشر من أيار 2021 ومدته 9 دقائق و46 ثانية بعنوان " فلسطينيو مخيم اليرموك يصلون إلى حدود الاحتلال السوري دعمًا لإخوانهم في فلسطين المحتلة، وهم يهتفون ضد جرائم الصهاينة" على 127478 إعجاب، كما وحاز الفيديو نفسه على أكبر تفاعل من ناحية التعليقات والمشاركة من قبل المتابعين، وظفت فيه الاستمالات العاطفية أهمها مخاطبة المشاعر العربية القومية، وبهذا يبدو أن المنشورات ذات المضامين الإنسانية التي توظف البعد المرئي في محتواها تؤثر بشكل بارز على المتابعين وتفاعلهم، خاصة حينما يتم الحديث عن الأطفال والنساء والحق في العيش بالحياة بأمان.

4.1.39 فئة التفاعل بالتعليقات:

فئة التفاعل بالتعليقات:.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-100 ضعيف	245	81.4	81.4	81.4
	101-300 متوسط	50	16.6	16.6	98.0
	301-500 قوي	4	1.3	1.3	99.3
	501-وأكثر قوي جدا	2	.7	.7	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

كانت فئة التفاعل بالتعليقات مع محتوى الصفحة ضعيفة بنسبة 81%، وهذا ما ببرته الباحثة لحاجة هذه التفاعل لجهد ووقت المتابعين بكتابة تعليقات على المحتوى، فيما كان هنالك مادتين بنسبة 0.7 % حازت على تفاعل قوي جدا ووصلت عدد تعليقاتها إلى الالاف، ومنها نشر فيديو في الرابع عشر من أيار لعام 2021 بعنوان " فلسطينيو مخيم اليرموك يصلون إلى حدود الاحتلال السوري دعمًا لإخوانهم في فلسطين المحتلة ، وهم يهتفون ضد جرائم الصهاينة" والتي حصلت على 3167 تعليقا، مخاطبة الصفحة المشاعر القومية للعرب والفلسطينيين، عدا عن مخاطبة الحواس بترك الصوت الطبيعي للفيديو وما يحويه من هتافات وشعارات وطنية قومية تلامس مشاعر وأحاسيس المتابعين.

4.1.40 فئة التفاعل بالمشاركة:

فئة التفاعل بالمشاركة					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-100 ضعيف	80	26.6	26.6	26.6
	101-300 متوسط	131	43.5	43.5	70.1
	301-500 قوي	35	11.6	11.6	81.7
	501-وأكثر قوي جدا	55	18.3	18.3	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

تعتبر فئة التفاعل بالمشاركة من أكثر الفئات تفاعلية مع المنشور؛ وذلك لما يتطلب من هذه الفئة قدرة المنشور على إقناع المتابع ليقوم بإعادة نشر المادة على الصفحة الشخصية للمتابع وتبني نفس وجهة النظر، فيما كانت هذه الفئة متوسطة في هذه الصفحة الفلسطينية بنسبة 44% بالمقابل كان هنالك تفاعل قوي جدا من ناحية المشاركة في 55 مادة بنسبة 18% حازت على 501 مشاركة وأكثر، وأكثر المنشورات التي حازت على تفاعل بالمشاركة من قبل المتابعين في فيديو نشرته الصفحة في الرابع عشر من أيار عام 2021 بعنوان " فلسطينيو مخيم اليرموك يصلون إلى حدود الاحتلال السوري دعمًا لإخوانهم

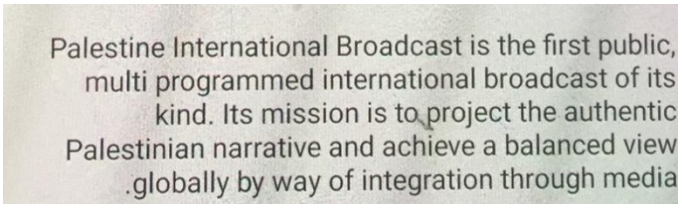
في فلسطين المحتلة، وهم يهتفون ضد جرائم الصهاينة" وظفت الصفحة فيه الاستمالات العاطفية تمثلت بمخاطبة المشاعر القومية، التي دفعت المتابعين لمشاركة المنشور على صفحاتهم الشخصية؛ لملامسته مشاعر واحاسيس المتابعين.

ملاحظة: بعض المنشورات حازت على عدد أكبر من هذه التعليقات والمشاركات أو الإعجابات بعد انتهاء الباحثة من التحليل وكتابة هذه النتائج وبعد تجميع المنشورات وتسجيل عدد التفاعلات على كل منشور.

4.2. ثالثا: مناقشة النتائج

1. نشرت صفحة" قف معنا" الإسرائيلية 258 منشورا في غضون 31 يوما (ما بين 1 أيار حتى الأول من حزيران عام 2021) بمتوسط 7 منشورات يوميا، وفي حالات استثنائية وصلت أقصاها إلى عشرين منشورا في اليوم الواحد، فيما نشرت صفحة "فلسطين الدولية" 301 منشورا في الفترة الزمنية ذاتها، بمتوسط 10 منشورات يوميا حسب برنامج تجميع البيانات ال FACEPAGER إذ تراوحت عدد المنشورات في الأيام الأخرى بين 4 منشورات حتى 19 منشورا، وهذا يعني أن الصفحتين لا يوجد لديهما خطة نشر يومية محددة، ففي الصفحة الفلسطينية كان هنالك كثافة في النشر مقارنة مع منشورات الصفحة الإسرائيلية، وقد تكون فترة عينة الدراسة وتطورات الأحداث قد حكمت الصفحتين بتكثيف عملية النشر، خاصة الرسائل والأيدولوجيات والسياسات التي تحملها كل الصفحة، فيما لاحظت الباحثة أن الصفحتين كانتا نشيطتين في هذه الفترة الزمنية لما تمر به البلاد من أحداث سياسية تتطلب متابعة من القائمين على الصفحة، وسط حرب الكترونية يحاول كل طرف فيها إيصال روايته للعالم؛ لكسب تأييد الدول والشعوب له، ما يخلق ندية في الخطاب في الروايتين الموجهتين للعالم الخارجي خاصة باللغة الانجليزية.
2. صفحة فلسطين الدولية تعرف نفسها بأنها صفحة إخبارية، وربما هذا ما فسر كثافة نشرها مقارنة بالصفحة الإسرائيلية التي تعرف ذاتها بأنها تابعة لمنظمة غير ربحية، تعليمية.

أعلاه صورة توضيحية لصفحة "قف معنا" التعريفية

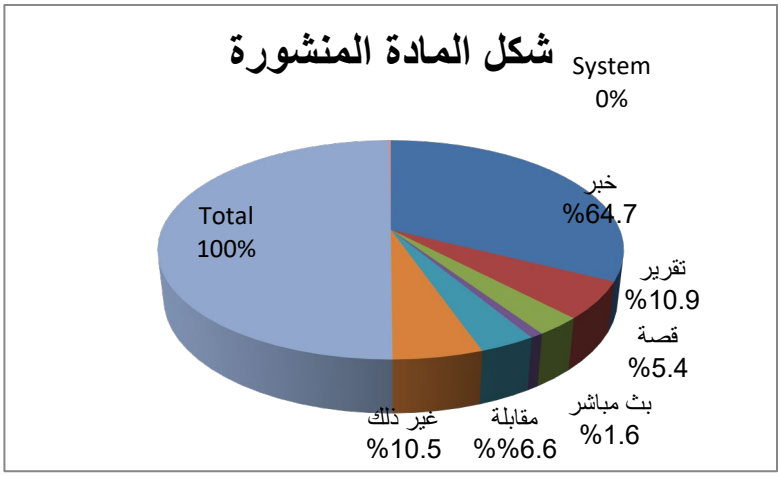


أعلاه صورة توضيحية لصفحة "فلسطين الدولية"

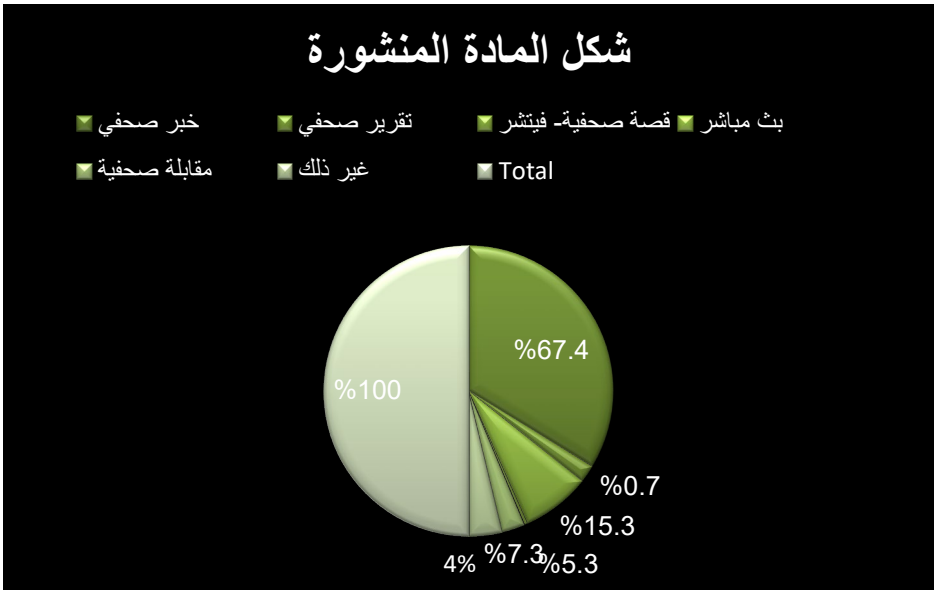
3. اعتمدت الصفحتان الخبر الصحفي شكلا لأخبارها المنشورة أكثر من الأشكال الصحفية الأخرى كالتقرير والمقابلة والبث المباشر وغيرها، حيث نشرت صفحة "قف معنا" خلال الفترة الزمنية المحددة أخبارا صحفية بنسبة 65%، تقاربت معها صفحة "فلسطين الدولية" بنشر 67% من منشوراتها ضمن فن الخبر الصحفي، وهو ما يتوافق مع تعريف الصفحة الفلسطينية لذاتها بأنها صفحة إخبارية، على عكس صفحة "قف معنا" الإسرائيلية التي تعرف نفسها على أنها تابعة لمنظمة غير ربحية تعليمية، ورغم هذا اعتمدت الخبر الصحفي في 65% من منشوراتها التي كانت تدعم فيها إسرائيل خاصة خلال فترة الحرب، وقد عزت الباحثة اعتماد الصفحتين على الخبر الصحفي في منشوراتها؛ لموائمة الأخبار الصحفية مع مواقع التواصل الاجتماعي من ناحية

عدد كلماتها أو حروفها القليلة التي تتناسب مع ما يبحث عنه رواد مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك، المتمثلة في السرعة والاختصار في نقل المعلومة. وهذا يتوافق مع أن 88% من الناس يستخدمون فيسبوك من خلال الاجهزة المحمولة، وحسب بيانات فيس بوك فإن الأشخاص الذين يتصفحون موجز الأخبار على أجهزتهم المحمولة يقضون 1.7 ثانية فقط لاستهلاك عنصر من المحتوى. (Moaather.com، 2022)

4. كان البث المباشر من أقل التقنيات المستخدمة في الصفحتين، بواقع 4 مرات للصفحة الإسرائيلية ومرتين للصفحة الفلسطينية، وذلك لطبيعة الصفحتين المتخصصتين بنقل القصص أو صناعة القصص الموجهة للعالم الخارجي، وليست بصفحات إخبارية تواكب الأحداث الأنية أول بأول. رغم أن مقاطع الفيديو المباشرة(Live) تشهد أعلى تفاعل على الإطلاق، حيث تحصل على تفاعل أكثر بست مرات من منشور الفيديو العادي، حسب موقع (Moaather.com، 2022) وهذا ما لاحظته الباحثة في الصفحة الإسرائيلية بحصد مقطع فيديو مباشر يوضح حقيقة الصراع الفلسطيني الإسرائيلي على أعلى نسبة تفاعل من حيث المشاركة، وهي أقوى درجات التفاعل حسب بيانات الفيس بوك.



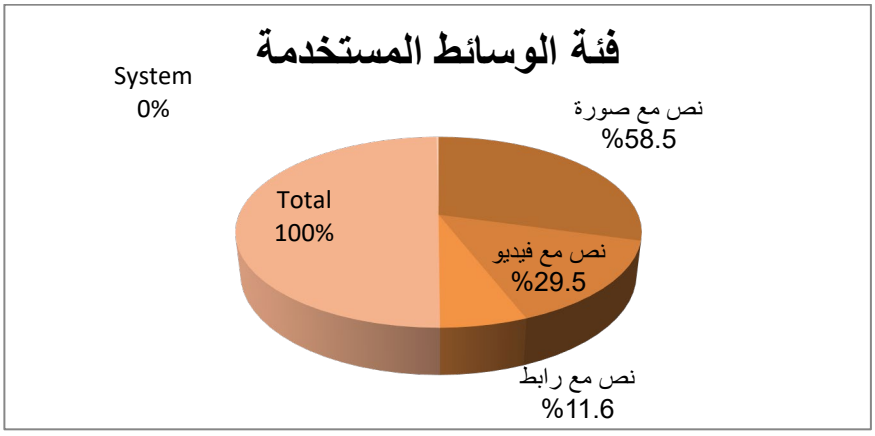
4.2.1 رسم بياني توضيحي لشكل المادة المنشورة في الصفحة الإسرائيلية



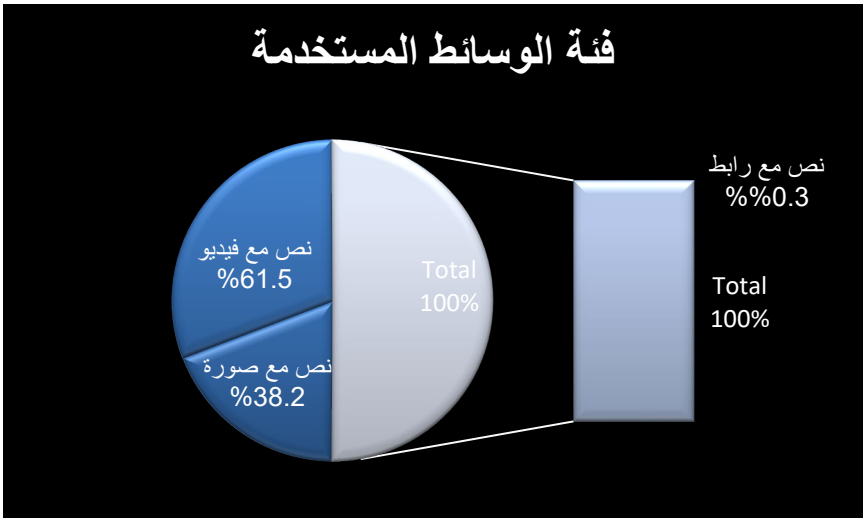
4.2.2 رسم بياني توضيحي لشكل المادة المنشورة في صفحة "فلسطين الدولية"

5. ابتعدت الصفحتان عن الأسلوب التقليدي الصحفي المتمثل بوجود مراسل ينقل الخبر، فيما كان تركيزهم على المنشورات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإعادة قولبتها بما يتوافق مع شروط النشر على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك، وبما يناسب السياسة التحريرية للصفحة.
6. رغم اعتماد الصفحتين على الخبر الصحفي أكثر مقارنة بالتقنيات الصحفية الأخرى، لكنها ابتعدت عن الأسلوب التقليدي الخبري- باستخدام المصطلحات التي ترافق الخبر الصحفي عادة (كأشاد، و قال وصرح وأعلن)، بل اكتفت بوضع عنوان أو وصف للصور أو الفيديو المرفقة مع النص، والتي عادة ما كانت بكلمات جذابة توظف فيها الصفحتان الاستمالات العاطفية والعقلية لجذب المتابعين وبالتالي كسب تفاعلهم.
7. استخدمت صفحة "فلسطين الدولية" الفيديو مع النص في حوالي 62% من منشوراتها، فيما اعتمدت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية على الصورة مع النص معا في 59% من منشوراتها، لاحظت الباحثة اعتماد الصفحتين على المنشورات المرئية في منشوراتها؛ لقدرتها على مخاطبة حواس المتابعين ومشاعرهم واستفزازها سواء ايجابيا أو سلبيا ما يخلق دافعا للمتابعين لتفاعل أكبر مع منشورات الصفحة، وذلك لقدرتها على إيصال المعلومة بطريقة أكثر سلاسة وسهولة. وهو ما يوائم التوجه العالمي لاستخدام منصة فيس بوك، فحسب موقع SATISTA.COM فإن 90% من المحتوى الإخباري التي قامت ببنائه المنظمات حول العالم تتضمن إرفاق الصورة لإيصال

الرسائل التي ترغب بها، لقوة الرؤيا التي يتمتع بها البشر، حيث تزود الفرد بما يصل إلى 80% من المعارف التي يحصل عليها، (زيد، 2020) فكانت الصفحتان تدركان البعد المرئي للصورة، وهذا ما يفسر عدم وجود أي نصوص دون صورة أو فيديو. كما أن استخدام المنشورات المرئية لاسيما الصور تعطي ايجابية للقارئ وتحفزه على المشاركة والتفاعل في الصفحة كما يسهل المشاركة والتعليق عليها وهذا ما انعكس على تفاعل المتابعين مع منشورات الصفحة.



4.2.3 رسم بياني توضيحي لفئة الوسائط المستخدمة في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية

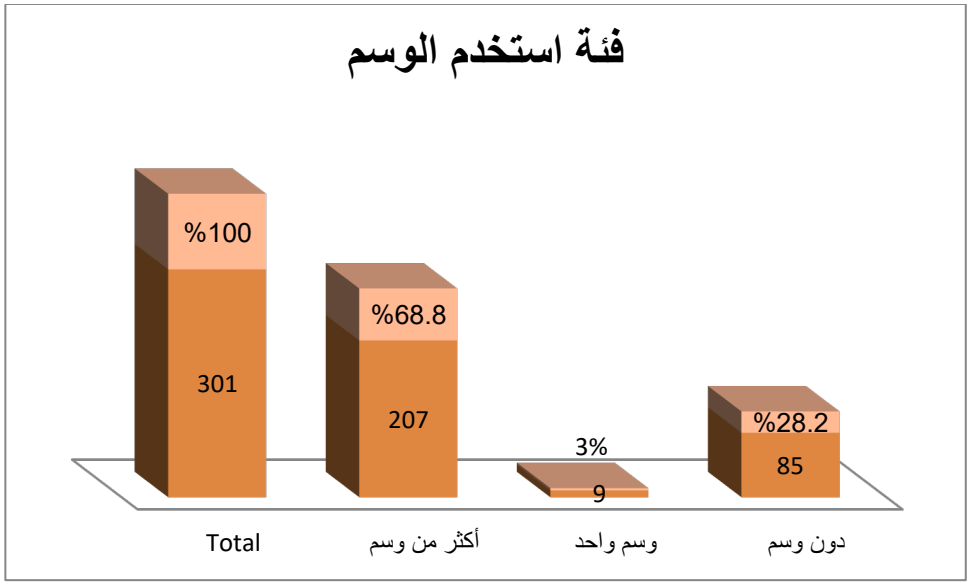


4.2.4 رسم بياني توضيحي لفئة الوسائط المستخدمة في صفحة" فلسطين الدولية"

8. تباينت منشورات الصفحتين في استخدامهما للوسم، فنصف منشورات الصفحة الإسرائيلية كانت دون أي وسم، فيما استخدمت أكثر من وسم في 89 منشورا بما يعادل 35% من منشوراتها، أما صفحة "فلسطين الدولية" فاستخدمت الوسم في 69% من منشوراتها وبأكثر من 3 وسوم للمنشور

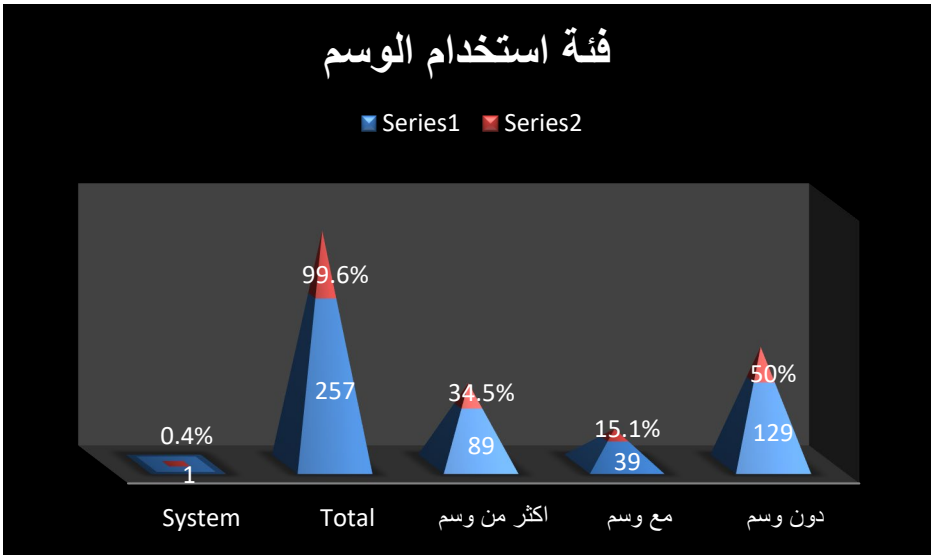
الواحد؛ ما ساعد الصفحة الفلسطينية للوصول إلى أكبر عدد من المتابعين، وزيادة التفاعل مع منشورات الصفحة لتصبح موضوع نقاش مفتوح بين الناس، وتمكين المستخدمين البحث عن المواضيع الرائدة خلال فترة معينة، والتواصل بصورة أسهل، ومن أبرز الوسوم التي استخدمتها الصفحة الفلسطينية #أنقذوا_حي_الشيخ_جراح، #savesheikhjarah، #Gazaunderattack، #Gazaunderfire # PalestineSeeksAttention #PalestineNews #PalestineIsHere #Palestinewillbefree #Palestinians #palestinemustlive #palestinelivesmatter وغيرها.

في المقابل كان هنالك وسوم تستخدمها الصفحة الإسرائيلية مثل # IsraelUnderFire #IsraelUnderAttack #standwithisrael# stoptherockets



4.2.5 رسم بياني توضيحي لفئة استخدام الوسم في صفحة "فلسطين الدولية"

بحسب موقع (West, 2021)، يساعد استخدام الوسوم على زيادة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين وبالتالي زيادة التفاعل مع هذه الوسوم خاصة إذا كانت شعبية، يغرد عليها المتابعين ومعروفة لديهم من قبل، ومن ثم تستطيع من خلالها تحديد جمهورك المستهدف من خلال معرفة من يقوم بإعادة التغريد على هذا الموقع، تفوقت الصفحة الفلسطينية على الصفحة الإسرائيلية بنسبة 34.3% بإدراك أهمية استخدام أكثر من وسم في المنشور الواحد، فيما يرى خبراء مواقع تواصل الاجتماعي في ذات المصدر السابق أن لا يتجاوز عدد الأوسمة المستخدمة وسمان، الا أن الصفحة الفلسطينية في عديد من منشوراتها استخدمت ما يزيد على 3 وسوم.

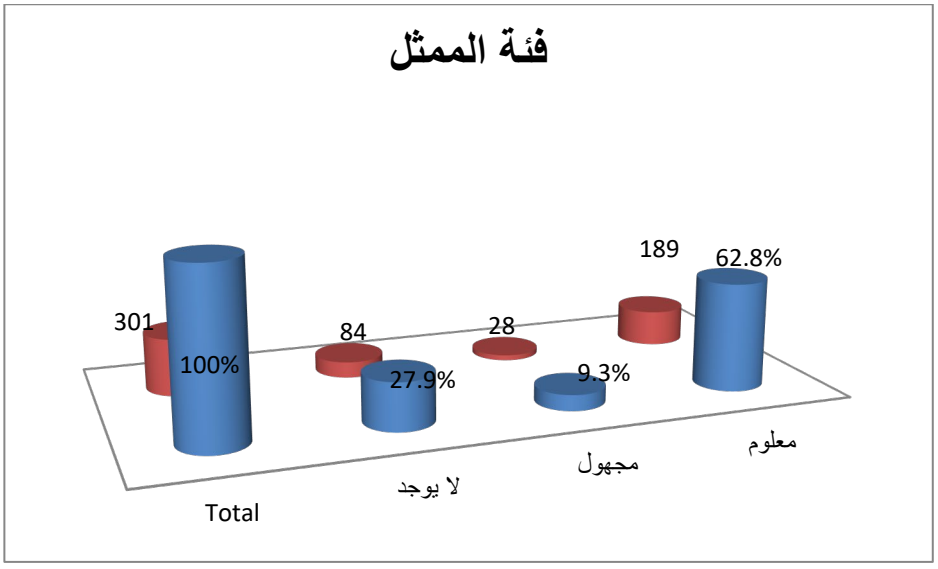


4.2.6 رسم بياني توضيحي لفئة استخدام الوسم في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية

9. بما أن الفترة الزمنية التي حددتها الباحثة كانت قصدية؛ لتصاعد الأحداث السياسية في القدس وقطاع غزة والضفة الغربية، فكانت 78% من منشورات الصفحة الإسرائيلية مرتبطة بالأحداث الأنية التي تمر بها البلاد، اما النسبة المتبقية كانت لأحداث غير مرتبطة بزمن معين كونها تتحدث عن مناسبات تاريخية ودينية، أو منشورات تتحدث عن مواضيع أرشيفية بالإضافة إلى مشاركة صور لدعم الشعوب لإسرائيل وغيرها، متفوقة عليها الصفحة الفلسطينية بنسبة 88% من منشوراتها التي كانت مرتبطة بأحداث آنية خاصة تلك التي تتحدث عن أحداث سياسية ساخنة مرت فيها البلاد خلال فترة الدراسة المحددة من قبل الباحثة خاصة أحداث المسجد الأقصى والشيخ جراح وغيرها.

10. حاولت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية تمرير بعض الرسائل التي تريد إيصالها بطريقة مبطنة دون إظهار مصدرها بوجود ممثل مجهول في 49 من المنشورات التي نشرتها بنسبة 19% خاصة تلك المنشورات التي يكون بها الفاعل الرئيسي إسرائيليا، كالمنشورات التي تتحدث عن تصريح لجماعة يهودية دون توضيح ماهية هذه الجماعة، كما في التاسع والعشرين من أيار، أو قيام مجموعة برفع العلم الإسرائيلي على بناية سكنية فلسطينية، أو أن 60 فريق أو مجموعة انضموا لل BDS دون توضيح هويتهم (نشر هذان المنشوران في السابع والعشرين من أيار)، أما صفحة "فلسطين الدولية" فنسبة فئة الممثل المجهولة فيها لم تتجاوز ال 9% بواقع 28 منشورا، كمنشور تحدثت فيه الصفحة الفلسطينية عن ما تتعرض له عائلة صيام من أذرع الاحتلال من تهجير دون تحديد الجهة المسؤولة عن ذلك بالتحديد وغيرها، أو حين يكون الفاعل فلسطينيا

خاصة في المنشورات التي صنفت تحت بند التبرير، كالمنشورات التي تتحدث عن قيام شبان فلسطينيين بإلقاء الحجارة، أو تنفيذ عملية دهس أو طعن، أو لأن الفلسطيني هو الضحية دائما فحاولت إظهار الفاعل لرئيسي للاعتداءات وهو الإسرائيلي، فيما ترى الباحثة أن الصفحتين حاولتا كسب الجمهور وزيادة الثقة المتبادلة ما بين الصفحة والمتابعين بنشر أخبار أو نقل قصص من مصادر موثوقة وبفئة ممثل معلومة، أو عدم وجود هذه الفئة في المنشورات اصلا بل الاكتفاء بنقل ما يحدث من تطورات سياسية اجتماعية.



4.2.7 رسم بياني توضيحي لفئة الممثل في صفحة "فلسطين الدولية"

11. اللغة الإخبارية هي اللغة السائدة في محتوى الصفحتين بنسب متقاربة كانت 62% لصالح صفحة "قف معنا" الإسرائيلية و67% في صفحة "فلسطين الدولية"، فيما غابت اللغة الترفيهية في الصفحتين أيضا. عزت الباحثة ذلك للأخبار المتلاحقة خلال الفترة الزمنية المحددة لهذه الدراسة، ما أدى لطغيان اللغة الإخبارية لمحتوى الصفحتين، والمحافظة على بناء لغة محتوى توعوي يتوافق مع هدف إنشاء الصفحتين لاسيما الإسرائيلية بكسب تضامن الدول والشعوب مع المحتوى المقدم على صفحة الفيس بوك.
12. أغلب محتوى الصفحتين ركز على نشر قصص وأخبار تحمل إطار الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، خاصة تلك المنشورات التي تتحدث عن إطلاق الصواريخ من قطاع غزة أو استهداف إسرائيل المدنيين الفلسطينيين وغيرها، فحوالي 47% من المنشورات التي نشرتها صفحة "قف معنا" الإسرائيلية في الفترة الزمنية المحددة كانت تركز على أطر الصراع، مقابل 34% في

صفحة "فلسطين الدولية" كانت لصالح أطر الصراع، كما وتشابهت الصفحتان في الإطارين الأكثر استخداما بعد الصراع، وهو التركيز على الأطر الإنسانية التي تشابهت مضامينها في الحديث عن قصص إنسانية، كالحديث عن أطفال أو سكان "فلسطين وإسرائيل" والنجاة من الحرب المشتة من طرف اتجاه طرف آخر، فيما تفوقت صفحة "فلسطين الدولية" في استخدام أطرها الإنسانية بفارق 10% على صفحة "قف معنا" الإسرائيلية؛ في محاولة منها لكسب التضامن الدولي مع القصص الصادرة من فلسطين وإظهار العنف والمعاناة التي يتعرض له الفلسطيني من الإسرائيليين وتصوير الفلسطيني بصورة الضحية، فيما كان الإطار الاقتصادي من أقل الأطر التي غطت محتوى الصفحة الإسرائيلية بنسبة لا تزيد عن 2% للصفحة الإسرائيلية والصفحة الفلسطينية بنسبة 0.3%.

13. 70% من منشورات صفحة "قف معنا" الإسرائيلية ركزت على مواضيع متعددة ضمن جغرافية فلسطين التاريخية، نصفها تقريبا موجهة للجمهور الأجنبي، فيما النص الآخر كان موجه في الغالب للجمهور الإسرائيلي، رغم تخصيص هذه الصفحة للجمهور الخارجي وتصنيف نفسها بأنها تابعة لمنظمة غير ربحية تعليمية وليست بالإخبارية، الا أن كل لأخبار التي تخاطب فيها الجمهور المحلي كانت من خلالها تحاول الوقوف مع إسرائيل في أوقات الحرب، وامداد "الشعب اليهودي" بمعلومات إخبارية، في مقابل ذلك، وجهت صفحة "فلسطين الدولية" ما يقارب 87% من منشوراتها للعالم الخارجي كجمهور دولي، ونجحت في المحافظة على مخاطبة جمهورها المستهدف، وبنسب قليلة موجهه للجمهور العربي كالحديث مثلا: عن عمق العلاقات الفلسطينية العربية وتبادل التضامن بينهما ومواقف الدول العربية وشعوبها اتجاه القضية الفلسطينية. أما فيما يتعلق بالصفحة الإسرائيلية، فكان حضور المنشورات التي تركز على التطبيع العربي الإسرائيلي لا تتجاوز 3%، وكأن موضوع التطبيع العربي الإسرائيلي لم يكن ضمن اختصاصها وربما تتولاه صفحات أخرى ناطقة بالعربية مثل صفحة " إسرائيل تتكلم العربية".

14. السياسة التحريرية لكلا الصفحتين كانت واضحة في استخدام المصطلحات خاصة في وصف أطراف الصراع، إذ حاولت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية إلصاق صفة الإرهابي على الفلسطيني من خلال منشوراتها الثمانين والتي شكلت نسبة 31% من كل المنشورات التي كانت خلال الفترة الزمنية المحددة، عدا عن صفات أخرى كالعصابات والمخربون والكارهون–خاصة في المنشورات التي تتحدث عن معاداة السامية، فيما حاولت شرعنة وجود المستوطنين بوصفهم " باليهود أو الإسرائيليين" بنسبة 53%، كون المنشورات في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية موجهه للجمهور الدولي بنسبة 52%، فلم يتم ذكر مصطلح " مستوطن" طوال فترة الدراسة لإعطاء

شرعية وجوده والحق في الدفاع عن نفسه، مقابل ما يتعرض له من اضطهاد وعنف من قبل الفلسطيني الإرهابي، محاولة الصفحة الإسرائيلية كسب تأييد الدول كون حماس عند الجمهور الدولي تصنف كمنظمة ارهابية، حاولت استغلال هذه الصفة بوصف كل الأعمال المقاومة الصادرة من قطاع غزة بالعمليات الإرهابية، في المقابل وكونها منطقة صراع يحاول كل طرف اثبات حق المواطنة فيها، اعتمدت صفحة "فلسطين الدولية" على ذكر كلمة الفلسطينيين والمواطنين بنسبة 20% من منشورات الصفحة الفلسطينية، ووصف من ينفذ أي انتهاكات بحق الفلسطينيين سواء في الضفة الغربية وقطاع غزة بقوات الاحتلال في 78 منشور خاصة في المنشورات التي تغطي القدس؛ كونها مدينة واقعة تحت الاحتلال حسب القانون الدولي.

15. العنف والاضطهاد ضد الفلسطينيين كان من أبرز المواضيع التي ركزت عليها صفحة "فلسطين الدولية" والتي تشمل قصص إنسانية لفلسطينيين خسروا عائلاتهم وممتلكاتهم، كذلك الحال في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية التي كانت معظم مواضيعها تتحدث عن العنف والاضطهاد ضد اليهود، وبما أن أغلب الأطر المستخدمة في هذه المواضيع ذات طابع إنساني، فالاستمالات العاطفية كانت طاغية على الاستمالات العقلية في كلتا الصفحتين، في حين حاولت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية مخاطبة المشاعر القومية في استمالاتها العاطفية بنسبة 34%، عمدت صفحة "فلسطين الدولية" إلى مخاطبة الحواس كجزء من استمالاتها العاطفية بنسبة 31%.

16. كون الصفحتين تتبعان سياسة تحريرية محددة، فلغة المحتوى في منشورات كل صفحة كانت واضحة، تمثلت اما بالإقصاء نحو التأييد خاصة في المنشورات التي تتحدث عن دعم دولة أو شعب للدولة التي تمثلها الصفحة، واما المعارضة في لغة المحتوى، تمثلت في المنشورات التي تعارض الصفحة مضمونها ومحتواها كمهاجمة طرف لآخر، فيما لم تكن الصفحتان محايدتان في لغة محتواهما، فكانت الصفحة الفلسطينية حيادية بنسبة 5% والصفحة الإسرائيلية بنسبة 3%.

17. حاولت صفحة "فلسطين الدولية" ترك بصمة خاصة في منشوراتها بإضفاء شعار خاص في نهاية الفيديو، أو حتى إعادة انتاج ومعالجة المنشورات بطريقة مغايرة، ما أدى إلى وجود حالة لبس عند الباحثة بتصنيف مصادر المعلومات في المنشورات إذا كانت دون مصدر أو أنها من الصفحة ذاتها، خاصة في المنشورات التي تتضمن أخبار عن الشهداء أو اعتداءات أو أخبار عن اعتقالات، وبعد تواصل الباحثة مع القائمين على الصفحة تبين أن الصفحة تعتمد في هذه المواضيع على معلومات الجهات الرسمية مثل: مركز الاحصاء المركزي الفلسطيني أو وزارة الصحة الفلسطينية وغيرها، خاصة في موضوع الشهداء أو الاعتقالات أو الهدم الا أن الباحثة لم تقم بتصنيف هذه المنشورات تحت بند المؤسسات الحكومية. فيما اكتفت صفحة "قف معنا"

الإسرائيلية بوضع وسم # STANDWITHUSعلى المنشورات التي كانت بجهد خاصة من القائمين على الصفحة.

4.2.8 صورة توضح الاشارة الخاصة في صفحة "فلسطين الدولية"

4.2.9 صورة توضح الاشارة الخاصة في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية

18. لاحظت الباحثة أن إسرائيل تحاول عادة البدء في قص الرواية والأحداث، وتصدير روايتها قبل الرواية الفلسطينية لدى الصحافة الأجنبية، لتتمكن من الترويج لأطرها المفضلة. وتصوير نفسها بالضحية لإرهاب الفلسطينيين، ما يجعل الصفحات الفلسطينية تحاول تبرير أفعال الفلسطينيين، بعدما تكون الدول الأخرى قد تبنت وجهة النظر والرواية الإسرائيلية وصدقتها، خاصة لما تحمله إسرائيل من قيم سياسية تساعدها في الترويج للرسائل الإسرائيلية مقابل عدد أقل من الرسائل الفلسطينية، وهذا ما اتفقت عليه دراسة. (Yarchi، 2017)

19. توافقت نتائج هذه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة أعلاه بأن ارتفاع عدد المتحدثات من النساء سيؤدي إلى ظهور المزيد من الرسائل التي يروج لها ولصالح طرف على حساب آخر في تغطية الصحافة الأجنبية، تمثل هذا في أكثر المنشورات التي لاقت تفاعلا في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية لفيديو مباشر تقصه سيدة لحقيقة الصراع، عدا عن العديد من المنشورات التي كان فاعلها الرئيسي سيدة، وتصويرها بالضحية، بالناجحة، والرائدة في مجال معين، أو حتى الناجية من محرقة وما زالت حتى اليوم تتعرض للاعتداء والامتهان كونها يهودية.

20. شددت دراسة (zeitzoff، 2018) على ضرورة تكثيف النشر حول الصراع الفلسطيني الإسرائيلي لمعرفة كيف يؤثر الدعم العام الدولي عبر وسائل التوصل الاجتماعي على ديناميكيات الصراع ولخصت إلى نتائج عدة، تشابهت فيها نتائج الدراسة الحالية أهمها: تكثيف النشر عن الصراع وتحديد أطراف الصراع، فكانت أكثر الأطر استخداما في الصفحتين هم أطر الصراع والأطر الإنسانية التي تحاول كل صفحة تصوير ذاتها بالضحية نتيجة انتهاكات واعتداءات الطرف الآخر، كما لاحظت الباحثة استخدام الصفحتين لنفس النهج في حرب غزة 2012 حسب الدراسة السابقة، والالتفات لأهمية استخدام الأوسمة خلال حرب غزة 2012، وإعادة استخدامها في أحداث أيار عام 2021 ؛ للسماح للداعمين بالإشارة إلى دعم أحد الأطراف.

21. لاحظت الباحثة أن صفحة "قف معنا" الإسرائيلية لا تختلف عن الإعلام الحربي الذي يساعد حسب دراسة (جلولي، 2020) على عرض مدى جاهزية إسرائيل لمواجهة التحديات والتهديدات الداخلية والخارجية تمثل هذا بتصوير قوة إسرائيل وجيشها وحقها في الدفاع عن نفسها في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية، كما تشابهت نتائج الدراسة السابقة مع نتائج الدراسة الحالية بقيام إسرائيل بالترويج للموقف الرسمي الإسرائيلي مع تغييب الرواية الفلسطينية واستخدام البعد الديني والقومي ضمن استمالاتها العاطفية كمبرر للاحتلال الإسرائيلي في فلسطين، كما تشابهت الدراستين في نتائجهما من حيث حرب المصطلحات التي تحاول إسرائيل من خلالها إلصاق سمة معينة بالفلسطيني أبرزها الإرهابي.

22. لاحظت الباحثة انعكاس خلفية الصحفي في الإعلام الإسرائيلي والإيمان العقائدي والسياسي للصحفي، وارتباطه بمنظومة الأمن الإسرائيلية، وهذا ما فسره غياب الحياد في الصفحة بنسبة 97% من منشوراتها، وهذا ما تؤكده الدراسات السابقة بأن إعلام الاحتلال ما هو إلا جزء من الإعلام الحربي وجزء من منظومة الأمن العسكرية الإسرائيلية.

4.3. رابعا: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيسي:

-كيف وظف الفلسطينيون والإسرائيليون منصة فيسبوك خلال جولة أزمة الشيخ جراح وما تبعها في مخاطبة الجمهور الدولي؟ وإلى اي حد أثرت منصات التواصل الاجتماعي على بناء رواية الفلسطيني والإسرائيلي في لحظة المواجهة؟

نجح الفلسطينيون والإسرائيليون في توظيف "السوشال ميديا" وخاصة الفيس بوك في الأحداث السياسية الهامة لاسيما أحداث أيار عام 2021، ونجحت الصفحات الفلسطينية أو حتى الأشخاص العاديين والنشطاء بإعادة القضية الفلسطينية إلى الواجهة من جديد، في أعقاب تسليط الضوء على الانتهاكات التي يرتكبها الاحتلال في فلسطين، خاصة القدس و قطاع غزة، حيث ساعد الفيس بوك خاصة استخدام وسم #أنقذوا_حي الشيخ_جراح في تسليط الضوء على مسألة تهجير قسري لعشرات العائلات من حي الشيخ جراح، ما أدى إلى خلق تفاعل محلي عربي ودولي، تمثل في إدانات حكومية لعملية التهجير التي تحاول إسرائيل تنفيذها، أو من خلال مشاركة العديد من المؤثرين في مجالات مختلفة في استخدام الوسم والحديث عن ما يحصل في القدس وقطاع غزه، فيما تصدر الوسم المرتبة الأولى عالميا سواء على الفيس بوك أو على التويتر، ما ساعد على تبيان حقيقة ما تقوم به إسرائيل والترويج له بأنه خلاف على ملكية أو عملية إخلاء، بل هي عملية تهجير قسري تمارس ضد شعب منذ أكثر من 70 عام، بالإضافة إلى فضح جرائم الاحتلال وممارسته الهمجية التي كانت تبث مباشرة عبر منصات التواصل الاجتماعي لاسيما القدس، فيما حاولت الصفحات الإسرائيلية والنشطاء الإسرائيليين تبرير ما تقوم به حكومة الاحتلال من انتهاكات بوصف ما جرى أنه نزاع على ملكية عقار، ومحاولة لفت النظر عن القضية بتكثيف نشر أخبار عن قطاع غزة واستهداف المدنيين بوصف ما يقوم به من قصف لقطاع غزة أو اعتقال واعتداءات في القدس والضفة الغربية بأنه رد فعل، على فعل الإرهاب الذي تمارسه "حماس الإرهابية" و"مثيرو الشغب" في القدس و الضفة الغربية، كما وظفت إسرائيل الفيس بوك خلال مواجهة أيار عام 2021 في ملاحقة المحتوى الفلسطيني وحذف التغريدات والمنشورات وإغلاق صفحات إخبارية وشخصية بل وإطلاق أوسمة مضادة، حيث وظف الإسرائيليون وتحديدا صفحة "قف معنا" على الفيس بوك للترويج للرواية الإسرائيلية، وتصوير اسرائيل بأنها دولة مستهدفة من قبل الفلسطينيين خاصة القاطنين في قطاع غزة الذين يقومون بإطلاق الصواريخ عليهم، وطلب الدعاء والصلاة لأجل اسرائيل بإطلاق وسم #PRAYFOR ISREAL وتصوير الإسرائيلي بالضحية لأعمال المقاومة الفلسطينية؛ لإدانة الإرهاب الصادر من الفلسطيني، في

121 منشور تمثل في أطر الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، 80 منشور منهم وصفت فيهم الفلسطيني بالإرهابي، أو تصوير الإسرائيلي بالضحية، أو ضحية معادي السامية من خلال 21 منشور وصفت فيهم معادي السامية بالكارهين، أو من خلال وضع الإسرائيلي في مشهد الضحية من خلال العداوة الخارجية التي تمارس على الإسرائيلي سواء من حزب الله أو إيران وغيرها من الدول الأعداء لإسرائيل –حسب تعبير الصفحة في 73 منشورا، تحدثت الصفحة الإسرائيلية فيهم عن الخطر المداهم لإسرائيل وعن وقوف وتضامن الشعوب والدول مع اسرائيل وسكانها الضحايا لأعمال الإرهاب والعنف الداخلي الفلسطيني أو العنف الخارجي، والتي حاولت الصفحة من خلال المنشورات التي تظهرها بمشهد الضحية تأطيرها بالإطار الإنساني لكسب التعاطف، أو منشورات بالإطار الأيديولوجي ومخاطبة القومية اليهودية حول العالم.

في حين، حاولت صفحة "فلسطين الدولية" وصف الفلسطيني بالضحية في معظم منشوراتها بحوالي 55%.تم التركيز فيها على انتهاكات الاحتلال بشكل عام سواء بقطع الطرق أمام حركة الفلسطينيين، أو خط عبارات عنصرية من قبل جماعات المستوطنين أو قطع أشجار زيتون وغيرها، أو أخبار عن الشهداء الذين أرتقوا جراء رصاص الاحتلال، وأخبار عن الاعتقالات والأسرى، وأخرى عن مصادرة أراضي الفلسطينيين لصالح التوسع الاستيطاني وغيرها، أو عن العنف والاضطهاد الموجه ضد الفلسطينيين من قبل الإسرائيليين سواء داخل فلسطين أو خارجها. حاولت الصفحة من خلال نصف منشوراتها خلال الفترة الزمنية المحددة تصوير الفلسطيني بالضحية نتيجة كل هذه الاعتداءات بإطار الصراع الفلسطيني الإسرائيلي في 34% من منشوراتها، أو من خلال الإطار الإنساني بحوالي 31% من منشوراتها، فيما لم تلجأ الصفحة الفلسطينية –كما الإسرائيلية بوصف الفلسطيني أيضا بأنه ضحية لتنظيمات خارجية بل اكتفت بتصوير الفلسطيني بالضحية نتيجة انتهاكات الاحتلال خاصة في مدينة القدس ومن قبل الشرطة الإسرائيلية جراء قمع قوات الاحتلال للمواطنين في حي الشيخ جراح أو محاولة إخلاءهم من منازلهم، أو ضحايا الصواريخ الإسرائيلية التي تساقطت على المواطنين في قطاع غزة، كما لم تحاول الصفحة الفلسطينية إلصاق وصف محدد على الإسرائيلي والتركيز عليه في معظم منشوراتها كما فعلت الصفحة الإسرائيلية بالتركيز على مصطلحين (الإرهابي الفلسطيني في 31% من منشوراتها، في المقابل المواطن اليهودي أو الإسرائيلي بحوالي 51% من منشوراتها) على عكس الصفحة الفلسطينية التي حاولت التنويع في المصطلحات المستخدمة حسب مكان الحدث أو منفذ الاعتداء، مثل: قوات الاحتلال في مدينة القدس كونها محتلة، والإسرائيليون في 17% من منشوراتها، فيما لم تذكر مصطلح الضحايا بشكل مباشر الا في 8 منشورات.

حاولت الصفحتان مخاطبة المشاعر الإنسانية بإطار قصصي إنساني في 20% من منشورات الصفحة الإسرائيلية، في المقابل تفوقت الصفحة الفلسطينية في استخدام الإطار ذاته في 31% من منشوراتها، ما أدى إلى زيادة التفاعل من حيث عدد الإعجابات في الصفحة الفلسطينية بحوالي 49% عن الصفحة الإسرائيلية بنسبة 36%؛ لمخاطبة المشاعر الإنسانية وتوظيف الاستمالات العاطفية بما يزيد عن 20% مقارنة مع الصفحة الإسرائيلية والتي تساهم في جذب المتابعين والتفاعل مع منشورات الصفحة.

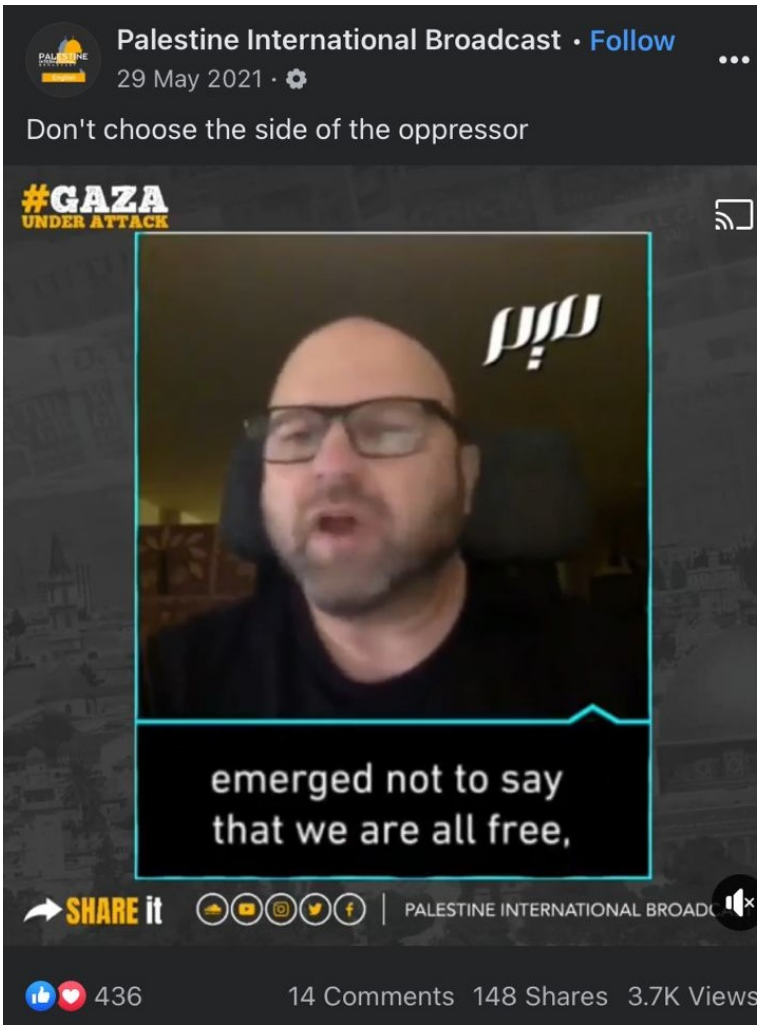
الأسئلة الفرعية:

– ما هي الأطر والسياقات التي وظفتها صفحة " قف معنا" و" فلسطين الدولية" في ترويج رواية كل طرف للجمهور الناطق بالإنجليزية؟

تشابهت صفحة" قف معنا" الإسرائيلية وصفحة" فلسطين الدولية" في التنوع في المضامين التي تقدمها خلال فترة الدراسة ولكن تركزت معظمها في إطار الصراع والإطار الإنساني، وغيبت الأطر الأخرى لصالح هذه الأطر؛ نتيجة تطورات الأحداث السياسية التي تمر بها البلاد منذ ايار حتى حزيران 2021، فيما لاحظت الباحثة استمرار صفحة "فلسطين الدولية" بذات نهج النشر حتى لو لم تكن الفترة تشهد تصاعد في الأحداث السياسية، وتمركز جل حديثها عن الهدم والاعتقالات والاستيطان والاستشهاد، وما يرافقها من عمليات تهجير وإخلاء وسفك للدماء، وبسبب تكثيف منشوراتها في هذا الإطار، قل تفاعل المتابعين مع الصفحة؛ بسبب الروتين في نشر المواضيع والقصص، فيما التفت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية لأهمية التنوع في مضامينها للمحافظة على التجدد وشد انتباه المتابعين والمحافظة على تفاعلهم مع المنشورات، فنوعت من موضوعاتها حول ‘نجازات المنظمات غير الربحية التابعة لها، وأخبار دولية رياضية فنية واجتماعية وغيرها، ومن أهم الموضوعات التي نشرتها الصفحتان خلال فترة الدراسة كانت:

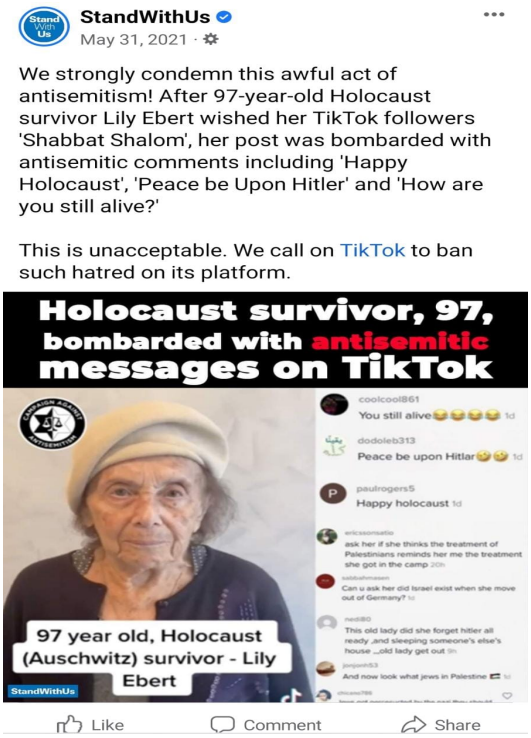
- نشرت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية 24 منشورا يتحدث عن دعم الشعوب والدول الأخرى لإسرائيل، تمثلت بإعادة نشر صور يشاركها المتابعين وتعبر عن تضامنهم مع إسرائيل. في المقابل نشرت صفحة فلسطين الدولية 54 منشورا عن التفاعل والتضامن مع القضية الفلسطينية.

4.3.1 صورة من صفحة "قف معنا" الإسرائيلية لتضامن الشعوب مع إسرائيل

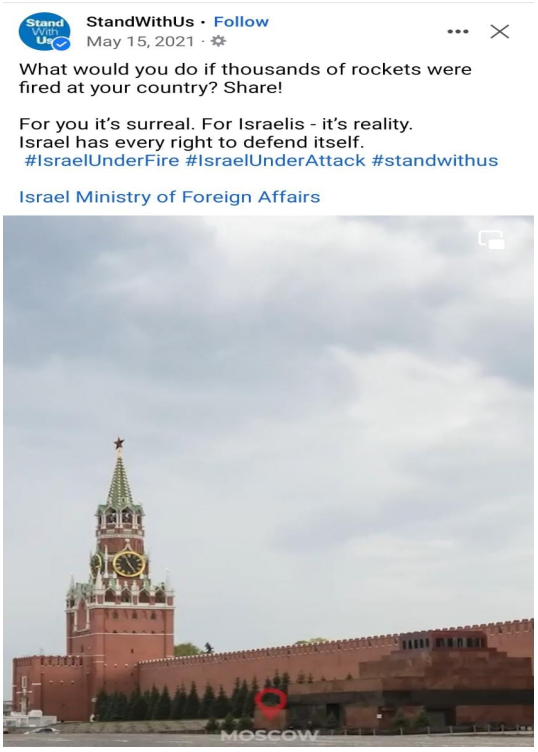


4.3.2 منشور للتضامن مع القضية الفلسطينية في صفحة "فلسطين الدولية"

- 21 مادة من منشورات صفحة "قف معنا" الإسرائيلية كانت تتحدث عن معاداة السامية، لاتهام كل من يقف ضد إسرائيل وسياساتها اتجاه الفلسطينيين بمعادة السامية، وهذا ما ينعكس على إعطاء الحق الإسرائيلي أو اليهودي في فلسطين في 7 منشورات وجدت خلال فترة الدراسة، ومنها حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها في 13 منشورا. فيما لم يرد أي منشور في الصفحة الفلسطينية عن حق فلسطين بالدفاع عن نفسها، بل اكتفت بوجود 11 منشورا عن الحق التاريخي للفلسطينيين في فلسطين.

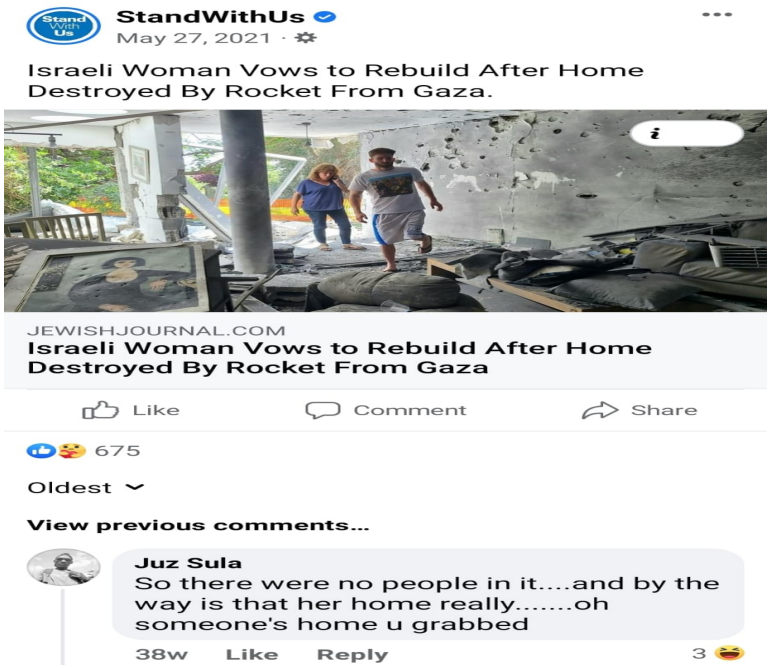


4.3.3 منشور لمعاداة السامية



4.3.4 منشور لحق إسرائيل في الدفاع عن نفسها

أكثر المواضيع التي ركزت عليها صفحة "قف معنا" الإسرائيلية هي العنف والاضطهاد الذي يتعرض له الإسرائيلي من قبل الفلسطيني ومحاولة تشويه صورة الفلسطيني المدافع عن أرضه بوسمه بالإرهابي من خلال وصف طرف الصراع الأخر –الفلسطيني من قبل الصفحة الإسرائيلية، في 131 مادة. مقابل 85 منشورا في الصفحة الفلسطينية ركزت على العنف والاضطهاد ضد الفلسطينيين بشكل عام.



4.3.5 منشور لصفحة "قف معنا" الإسرائيلية عن العنف و الاضطهاد ضد اليهود

- حاولت إسرائيل التركيز على مرتكزات خطابها الإعلامي من خلال صفحة "قف معنا" الإسرائيلية من خلال بناء صورة في ذهن المتابع عن إسرائيل المتقدمة علميا ترجمت في 13 مادة. في حين لم تصدر صفحة "فلسطين الدولية" أي منشور عن تطور فلسطين علميا بل اكتفت بتصوير الحياة اليومية للفلسطينيين في 14 مادة، كانت تركز أيضا على الحياة تحت الاحتلال دون نشر أي من الموروثات الثقافية أو العادات الفلسطينية.

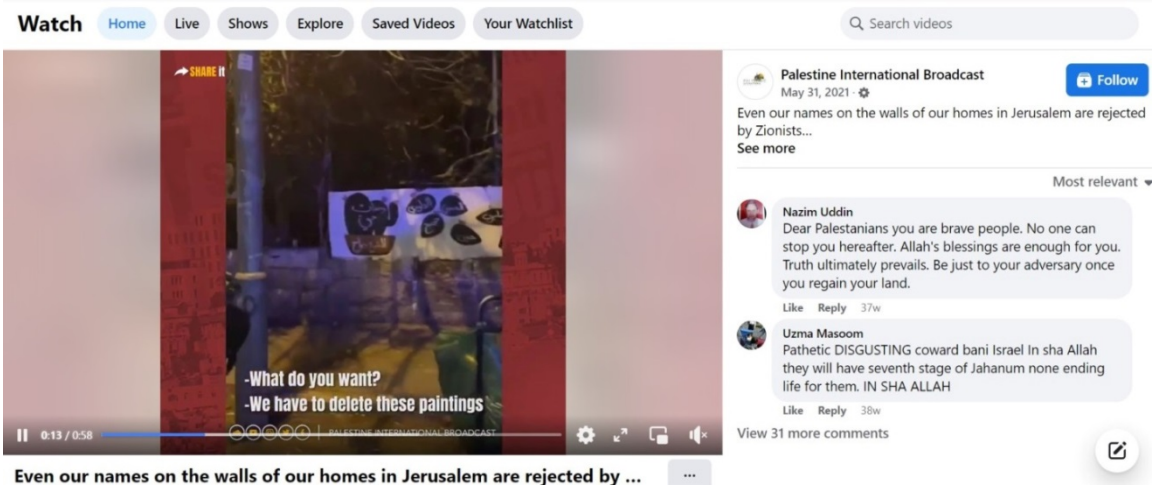
4.3.6 منشور للترويج لإسرائيل في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية

4.3.7 منشور للحياة فوق الأنقاض في غزة في صفحة "فلسطين الدولية"

- حاولت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية وسم الفلسطيني بالإرهابي أو الكاره أو المعتدي وغيرها من الصفات السلبية، مقابل تلميع صورة الإسرائيلي وأنسنة أفعاله التي يقوم بها، خاصة أفراد شرطة الاحتلال، من خلال 7 منشورات وجدت خلال فترة الدراسة، مثل: " كتبت تاير عبده رسالة مؤثرة إلى شقيقها التوأم ماتان حول مدى فخرها به بعد أن تم اختياره كقائد بارز في الجيش الإسرائيلي للقيادة الجنوبية. على مدى السنوات الـ 22 الماضية ، فعل التوأم كل شيء معًا ، بل وجنّدوا معًا في جيش الدفاع الإسرائيلي على بعد بضعة أيام فقط"

4.3.8 منشور لأنسنة الجيش الإسرائيلي في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية

- في صفحة "فلسطين الدولية" العنف والاضطهاد ضد الفلسطينيين وجد في 85 منشور بإيضاح ما يتعرض له الفلسطيني من عنف من قبل الإسرائيلي كونه فلسطينيا فقط، كمنشور نشرته الصفحة في 31 من أيار المنصرم " حتى أسمائنا على جدران بيوتنا في القدس يرفضها الصهاينة"



4.3.9 منشور يوضح العنف و الاضطهاد ضد الفلسطينيين في صفحة "فلسطين الدولية"

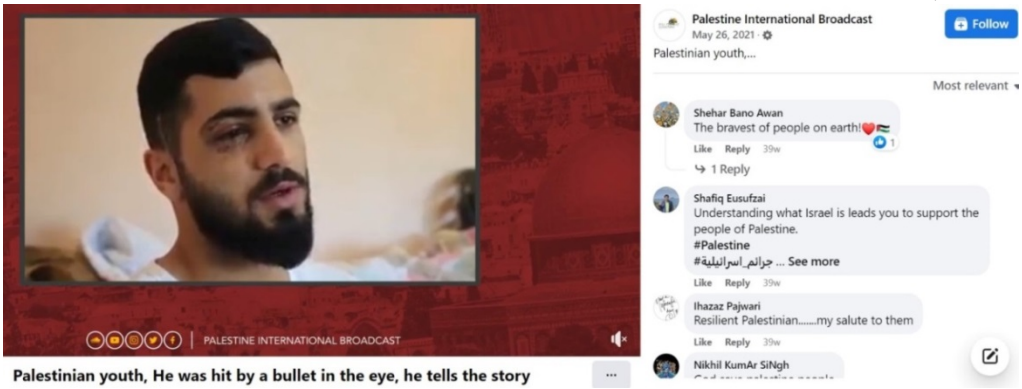
- تحدثت صفحة "فلسطين الدولية" عن انتهاكات الاحتلال في الأراضي الفلسطينية بشكل عام في 47 من منشوراتها، فيما خصصت منشورات أخرى تتحدث فيها بالتفصيل عن أشكال انتهاكات الاحتلال منها: أخبار الشهداء في 23 مادة، و9 مواد تتحدث عن الاستيطان وعن الأسرى والمعتقلين، ومن الأمثلة على انتهاكات الاحتلال بشكل عام، منشور للصفحة الفلسطينية بعنوان" المستوطنون الإسرائيليون لا يسرقون منازل الفلسطينيين فحسب ، بل يدمرون ممتلكاتهم! واعتدوا على سيارات المواطنين في قرية نعلين غربي رام الله".

4.3.10 منشور لصفحة "فلسطين الدولية" عن انتهاكات الاحتلال ومستوطنيه

- تحاول صفحة "فلسطين الدولية" خلق تضامن وتفاعل واسع مع القضية الفلسطينية والوقوف بجانب شعبها من خلال تحديد جمهورها المستهدف بالجمهور الدولي ومخاطبته بلغته، فكان هنالك 54 مادة من منشورات الصفحة خلال فترة الدراسة تتحدث عن التضامن مع القضية الفلسطينية، كمنشور الصفحة الفلسطينية في السابع والعشرين من أيار بعنوان" تحت عنوان "لسنا أرقام"، تكرم مدينة أوكلاند بنيوزيلندا الفلسطينيين الذين لقوا حتفهم في العدوان الإسرائيلي الأخير".

4.3.11 منشور لصفحة" فلسطين الدولية" عن تضامن الشعوب مع القضية الفلسطينية

- ركزت صفحة "فلسطين الدولية" على قصص صمود وتحدي الفلسطينيين رغم كل ما يتعرضون إليه من انتهاكات وعنف واضطهاد ضد الفلسطينيين، من قبل منظومة الاحتلال الإسرائيلية، في 33 مادة تناولت قصص صمود وتحدي الفلسطينيين، مثل: قصة لشاب فلسطيني أصيب بعيار ناري في عينه ويروي قصته.



4.3.12 منشور لقصص صمود وتحدي في صفحة "فلسطين الدولية"

ما هي أكثر الاستمالات العاطفية والعقلانية التي توظفها المنصات الرقمية الفلسطينية والإسرائيلية في محاولة تسويق كل منها روايتها عالميا؟

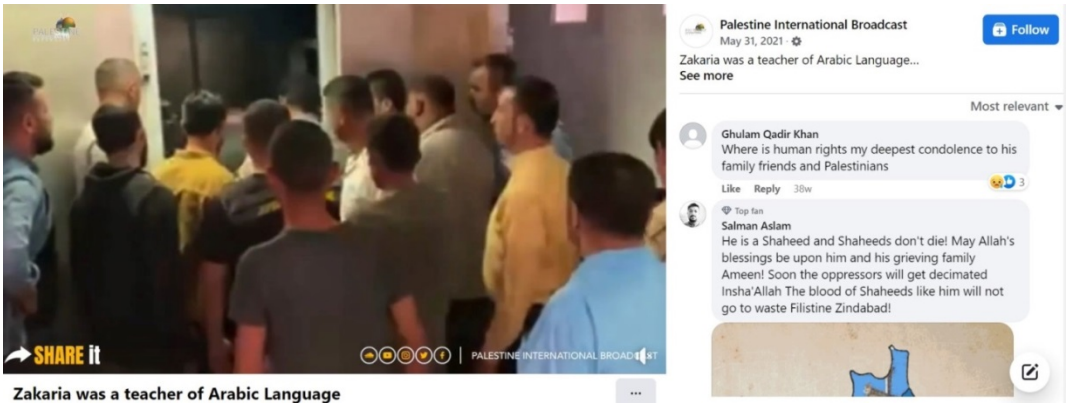
- الاستمالات الإقناعية التي حاولت الصفحتان استخدامهما أثرت على تفاعل المتابعين مع المنشورات خاصة تلك التي تحتوي على استمالات عاطفية واستمالات عقلية معا، ركزت الاستمالات العقلية في المنشورات على امداد عقل المتابع بمعلومات واحصاءات ومصادر ووثائق تحترم عقلية المتابع وتحاول التأثير على انفعالاته ومشاعره، باستخدام الرموز والشعارات في نسب متقاربة في الصفحتين؛ لأهمية ورمزية هذه الرموز عند الطرفين، مثل العلم الفلسطيني، غصن الزيتون في الصفحة الفلسطينية، أو نجمة داوود وإشارة النازية في الصفحة الإسرائيلية، أو حتى مخاطبة المشاعر القومية العربية في الصفحة الفلسطينية، ومخاطبة الحواس في 31% من منشورات الصفحة الفلسطينية مقابل 17% في الصفحة الإسرائيلية، تمثلت بعرض صور لأطفال ونساء يحتضون بعضهم، أو لأطفال ناجين من الحرب، أو فيديوهات تسمع فيها أنين طفل وصرخة امرأة، كل هذه الاستمالات أدت إلى زيادة تفاعل المتابعين مع المنشورات، وتحقيق الهدف المنشور للصفحة بإيصال رسالتها لأكبر عدد مكن مع المتابعين، وخلق تفاعل سواء بالتعليقات أو المشاركات أو الإعجابات على المنشور ذاته.
- يبدو أن المنشورات ذات المضامين الإنسانية التي توظف البعد المرئي في محتواها تؤثر بشكل بارز على المتابعين خصوصا قصص الصمود وتحدي، والحق في حياة آمنة، وهذا ما ترجمته نسب التفاعل العالية مع مثل هذه المنشورات على عكس المضامين التي تضم محتوى جامد، أو المضامين التي لا توظف فيها أي استمالات عاطفية أو عقلية. كمنشورات الصفحة الإسرائيلية التي تدعو فيها إلى حضور حدث معين أو فعالية، أو منشورات تحتوي على تقارير صحفية بروابط خارجية، أو حتى المشاركات الفنية والرياضية وتفوق اسرائيل علميا، حظيت بتفاعل قليل، بعضها لم يزد فيها عدد الإعجابات على 50 إعجاب، وقد فسرت الباحثة ذلك، بسبب الأوضاع السياسية التي مرت فيها البلاد أثناء فترة الدراسة، وتركيز المتابعين على الأحداث السياسية الآنية، بالإضافة لعدم توظيف الصفحة استمالات عاطفية تعمل على جذب المتابع في مثل هكذا منشورات، كما كان هنالك منشورات حظيت بتفاعل ضعيف تخاطب فيها الجمهور المحلي، كوصف موقع سقوط الصواريخ وإرسال تحديثات القصف؛ كون الصفحة موجهة للعالم الخارجي. اما في الصفحة الفلسطينية فكانت المنشورات التي لم تحظى على تفاعل قوي هي تلك الي تطلب

من المتابعين تعبئة نموذج أو استبيان، أو الأخبار العاجلة التي لا توظف فيها أية استمالات عقلية وعاطفية.

- 61% من الاستمالات العاطفية التي وظفتها صفحة "فلسطين الدولية" ركزت على الاستمالات العاطفية التي تركز على المشاعر العاطفية المتكونة لدى الإنسان، والتي تستهدف إحداث التغيّر لدى المُتلقّي بانفعالاته وإثارة الأمور النفسية والاجتماعية، كذلك مخاطبته بشكل مباشر بما يحقق الوظيفة الأساسية للقائم بالاتصال، وشملت مخاطبة الحواس والمشاعر القومية والدينية، واستخدام الرموز والشعارت، ففي الصفحة الفلسطينية كان هنالك 222 مادة استخدمت هذه الفئات على النحو التالي:

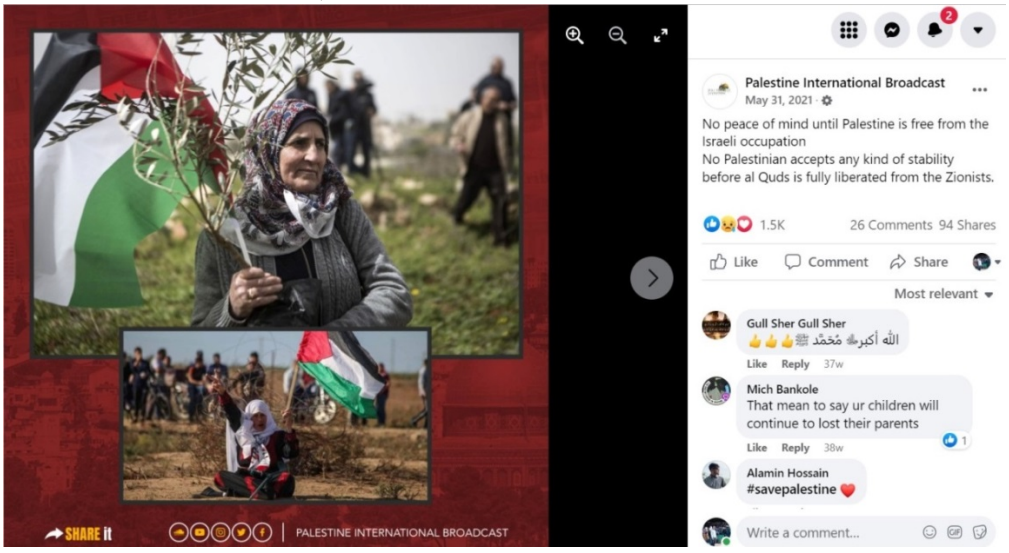
–خاطبت صفحة "فلسطين الدولية" حواس المتابعين في منشورها بعنوان " زكريا كان أستاذ للغة العربية...قتله الاحتلال الإسرائيلي في الضفة الغربية" ومنشور أخر بعنوان " الطفل محمد شعبان الذي فقد بصره جراء قصف الاحتلال خلال العدوان الأخير على غزة"

4.3.13 منشور للطفل الذي فقد بصره في حرب غزة أيار 2021 في صفحة "فلسطين الدولية"



4.3.14 منشور لتوديع والد الشهيد وبكاءه عليه في صفحة" فلسطين الدولية"

- خاطبت صفحة "فلسطين الدولية" المشاعر القومية –لاسيما العربية للمتابعين في 68 مادة من المنشورات التي نشرتها خلال فترة الدراسة، تلك المخاطبة التي تثير مشاعر المتلقي لوجود روابط مشتركة يتقاسمها مع أبطال المادة المنشورة، كفيديو زحف المئات من الحدود للوقوف بجانب الفلسطينيين خلال مواجهات أيار المنصرم أو منشور أخر بعنوان " لا راحة بال حتى تتحرر فلسطين من الاحتلال الإسرائيلي. لا يقبل أي فلسطيني أي نوع من الاستقرار قبل تحرير القدس بالكامل من الصهاينة"، أو ردود الفعل الشعبية في مختلف البلدان العربية.



4.3.15 منشور يخاطب المشاعر القومية للفلسطينيين والعرب وأبناء الجاليات في العالم الخارجي في صفحة "فلسطين الدولية"

- كافة المواضيع التي تتحدث عن أماكن دينية كالمساجد والكنائس وغيرها تم فيها استخدام الاستمالات العاطفية ومخاطبة المشاعر الدينية؛ للتأثير على دوافع المتلقي العقائدية ودفعه للتفاعل مع المنشور، كمشور بعنوان "الصلاة قرب مسجد قليبو الذي دمرته سلطات الاحتلال شمال قطاع غزة خلال العدوان الأخير" أو منشورات تتحدث عن اقتحامات المسجد الأقصى.

4.3.16 منشور لصلاة في مسجد دمره الاحتلال في صفحة "فلسطين الدولية"

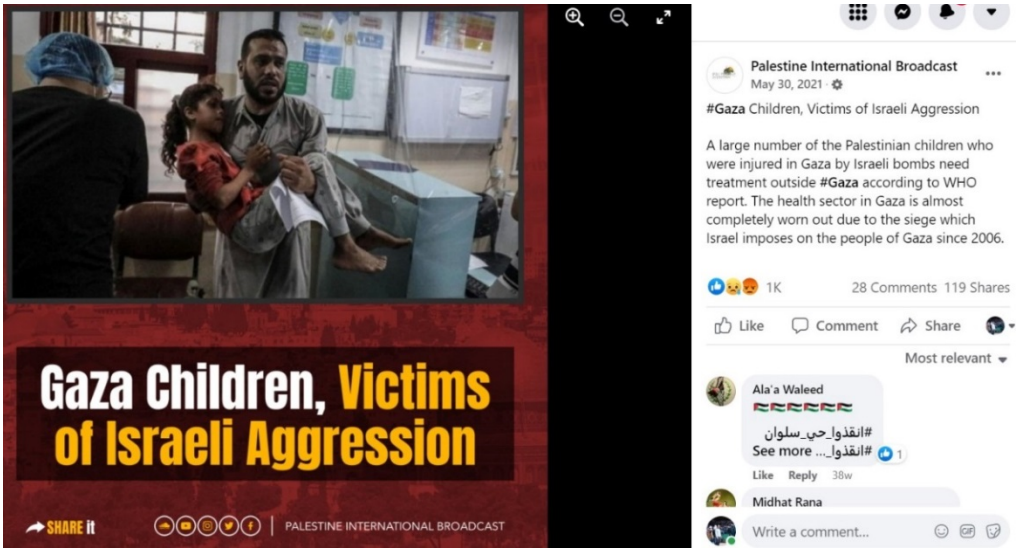
- صفحة "قف معنا" الإسرائيلية ركزت أكثر من نصف استمالاتها العاطفية على مخاطبة مشاعر المتابعين القومية (القومية اليهودية)؛ لحضهم على التفاعل مع المنشورات والوصول إلى الهدف الأسمى وهو خلق تضامن مع إسرائيل وشعبها، خاصة في المنشورات التي تتحدث عن معاداة السامية، كمنشور للصفحة الإسرائيلية بعنوان" هذا ما اضطر اليهود في الولايات المتحدة للتعامل معه خلال الأسبوعين الماضيين. هذا ليس عام 1939. إنه عام 2021. هذه الموجة من معاداة السامية تذكير مخيف بالأوقات الأكثر ظلمة في تاريخنا. إن الارتفاع المستمر في جرائم معاداة السامية في الولايات المتحدة يجب أن يثير قلقنا جميعًا ، لأن معاداة السامية ليست مشكلة يهودية فحسب ، بل هي مرض مجتمعي".

4.3.17 منشور لصفحة "قف معنا" الإسرائيلية عن معادة السامية ومخاطبة المشاعر القومية

- مخاطبة المشاعر الدينية في صفحة "قف معنا" الإسرائيلية تركزت في المنشورات التي تتحدث عن إقامة الصلوات للتضامن مع إسرائيل، أو في المنشورات المرئية الترويجية لإسرائيل، خاصة حين تقديم إسرائيل نفسها بأنها لديها إرث ديني وحضاري عريق، بوضع صور لحائط البراق والترويج له بأنه مكان ديني مقدس لليهود باسم حائط المبكى.
- استخدام الرموز والشعارات جزء من فئات الاستمالات العاطفية التي اعتمدتها صفحة "قف معنا" الإسرائيلية في المنشورات التي تتحدث خاصة عن المحرقة والبطولة، والشعارات والرموز التي رافقت تلك الفترة، أو من خلال دمج هذه الفئة من الاستمالات العاطفية مع فئة مخاطبة المشاعر القومية بنشر صور ورموز تحمل معان للمتابع الإسرائيلي والدولي معا، مثل العلم الإسرائيلي نجمة داوود وغيرها، عدا عن استخدام اللونين الأزرق والأبيض كإشارة خاصة للمنشورات التي تكون الصفحة هي ذاتها مصدر الخبر فيها، وهم ألوان العلم الإسرائيلي.

4.3.18 "شعار" صفحة "قف معنا" الإسرائيلية

- كان للاستمالات العقلية أثر في تفاعل المتابعين من خلال منشورات الصفحتين، التي حاولت الصفحتان من خلال منشوراتها الالتفات للاختلاف في المستوى الثقافي والتعليمي وغيرها للمتابع، وحاولت تقديم مجموعة من الاستمالات المنطقية المتعلقة بالفكر والعقل، من خلال تقديم الأرقام والاحصاءات في 29 مادة للصفحة الإسرائيلية و20 مادة للصفحة الفلسطينية، إضافة لتقديم المعلومات التي تحتوي على المصادر والمعلومات مثل، مصدر معلومات المنشور؛ لكسب ثقة المتابع وإثبات صدق الصفحة، تمثلت في 20 مادة للصفحة الإسرائيلية مقابل 36 في الصفحة الفلسطينية، مثل منشور لمتحدثة فلسطينية تصف أن إسرائيل قلقة على حيوانات أبناءها الأليفة لكنها لا تأبه بأطفال الفلسطينيين، أو كمنشور لتقرير صادر عن منظمة الصحة العالمية عن حال أطفال غزة، عدا عن تقديم الحجج وتفنيد الآراء المضادة في 11 مادة للصفحة الإسرائيلية وُجدت معظمها في المنشورات التي سعت فيها إسرائيل لتبرير أفعالها، ووصف ما تقوم به بأنه ردة فعل، كمنشور الصفحة الإسرائيلية ردا على الناشطة بيلا حديد وتوضيح حقيقة إسرائيل وتفنيد آرائها حول الفلسطينيين الإرهابيين، تشابهت بها الصفحة الفلسطينية بواقع 12 مادة، كمنشورات الصفحة الفلسطينية التي تتحدث عن حقيقة الصهيونية وما تفعله بالفلسطينيين.



4.3.19 منشور للصفحة الفلسطينية عن تقديم المعلومات والوثائق ضمن استمالاتها العقلية

- عمدت الصفحتان على استخدام أكثر من نهج في الاستمالات الاقناعية معا، خاصة في فئتي تقديم المعلومات والاحصاءات وتقديم مصادر ووثائق، خاصة أن الأرقام والإحصاءات عادة تكون صادرة عن جهة رسمية يتم نسب هذه الارقام اليها، لذلك يتم توظيف الفئتين سوية.

ما طبيعة المنشورات التي حظيت بتفاعل رواد الصفحات الرقمية المحددة على منصة التواصل الاجتماعي – الفيس بوك؟

- كان هنالك علاقة بين الأطر المستخدمة وبين طبيعة المواضيع التي غطتها منشورات الصفحتين خلال فترة الدراسة الزمنية المحددة، فإطار الصراع والإطار الإنساني كانا الأكثر وضوحا واستخداما، ففي الصفحة الإسرائيلية شكل الإطاران معا 67% من مجمل الإطارات المستخدمة في منشورات الصفحة مقابل 65% في الصفحة الفلسطينية، ما يخلق في طبيعة الحال تصور لطبيعة الموضوعات التي تعرضها الصفحة والتي تحمل طابعا إنسانيا، عادة ما يشمل قصص نجاة أحد الأفراد من صراع مستمر بين طرفين، أو خسارة العائلات لأحد أفرادها، أو قصص صمود وتحدي، وقصص تثبت الحق في الحياة، والحق في الدفاع عن الطرف الذي ينمتي اليه، فيما لاحظت الباحثة أن الإطار السياسي (كأخبار عن أي تحركات سياسية، أو إنجازات الحكومة الفلسطينية –التي لم يكن هنالك أي منشور يتحدث عن هذه الفئة) كان قليل الاستخدام في الصفحتين وبنسبة متشابهة شكلت حوالي 7% في الصفحة الإسرائيلية والصفحة الفلسطينية، رغم أن صفحة "فلسطين الدولية" تعرف ذاتها بأنها صفحة إخبارية وهي جزء من الإعلام الرسمي،

وبهذا ترى الباحثة أن الصفحة الفلسطينية نجحت في الخروج من الهالة الإخبارية والصورة النمطية التي ترافق طريقة تعاطي الإعلام الفلسطيني الرسمي مع مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أدى إلى خلق تفاعل مع المتابعين؛ لبعد الصفحة الفلسطينية عن ذكر الأخبار التشريفية أو أخبار التحركات السياسية وإنجازاتها، انعكس بتفاعل الجمهور مع المنشورات من خلال الإعجابات والتعليقات والمشاركات، حيث تفوقت الصفحة الفلسطينية على الإسرائيلية من حيث التفاعل بالإعجابات بمستوى قوي جدا، سجلت صفحة "فلسطين الدولية" في نصف منشوراتها تفاعل قوي جدا من حيث الإعجابات –أي منشورات حصدت أكثر من 801 إعجاب للمنشور الواحد، فيما كانت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية (التفاعل القوي جدا) بالإعجابات أقلها منها من الصفحة الفلسطينية بحوالي 13% حيث سجلت منشوراتها 36% كتفاعل قوي جدا، كذلك الحال في فئة التفاعل بالمشاركة، حيث كان التفاعل في الصفحة الفلسطينية أفضل من الإسرائيلية بواقع 43.5%\" تفاعل متوسط" مقابل 50% تفاعل ضعيف للصفحة الإسرائيلية، اما فيما يتعلق بالتفاعل على مستوى التعليقات فكانت الصفحتان ضعيفتين بنسبة 81.4% للفلسطينية و69% للإسرائيلية.

4.3.20 صورة توضح نسبة النشر والتفاعل الاسبوعية لصفحة "فلسطين الدولية" وصفحة "قف معنا" الإسرائيلية ما بين كانون الثاني وشباط 2022

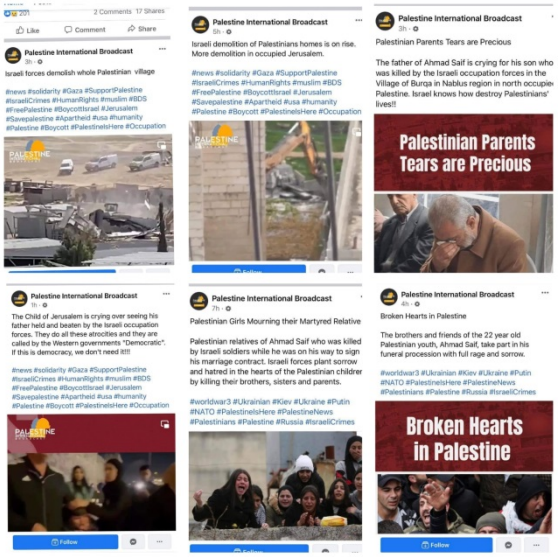
- فيما يتعلق بالفئات الأكثر تفاعلية من قبل المتابعين كانت مجموعة من المنشورات التي نشرتها الصفحة حول قصص إنسانية تمس المشاعر الإنسانية والحواس، كنجاة الأفراد من الحروب، أو فقدان أشخاص سواء نتيجة حرب أو صراع أو حادث عابر، كالمنشور الذي حظي بأكثر عدد إعجابات خلال فترة الدراسة في الصفحة الإسرائيلية، لعائلة إسرائيلية لقت حتفها في حادث سير خارج إسرائيل، لاقى تفاعل وتعاطف المتابعين مع المنشور لمخاطبة المشاعر الإنسانية فيه، ومخاطبة حواس المتابع من خلال نشر صورة للعائلة وهم في صحة جيدة ويبتسمون كعائلة سعيدة

قبل وقوع الحادث، ومخاطبة المشاعر القومية الدينية في المنشور بتوضيح أن قومية وديانة هذه العائلة هي يهودية، لتصوير الإسرائيلي بالضحية في كل مرة، ومنشور آخر لمقطع فيديو يوضح العلاقة التاريخية للصهيونية في فلسطين وحقيقة الصراع بين الفلسطيني والإسرائيلي.

- كان أكثر المنشورات الذي حظي بتفاعل المتابعين من حيث عدد الإعجابات والتعليقات والمشاركة في صفحة "فلسطين الدولية"، منشور لمقطع فيديو خاطبت فيه الصفحة الفلسطينية المشاعر القومية، والذي وضح زحف المواطنين نحو الحدود السورية الفلسطينية؛ لقدرته على ملامسة مشاعر ملايين حلموا بيوم التحرر واجتياز الحدود، رغم طول مدة الفيديو التي تجاوزت التسع دقائق ونصف، وهو ما يتعارض مع مؤشرات قياس نجاح الفيديو على مواقع التواصل الاجتماعي، التي توضح أن الفيديو خاصة على الفيس بوك يجب الا تتجاوز مدته ال 100 ثانية، فيما يرى آخرون أنه يمكن لبعض الفيديوهات أن تصل إلى 10 دقائق بما يتطلبه العمل من اضافات.
- يبدو أن معدل تفاعل متابعي صفحة "فلسطين الدولية" عبر منصة الفيس بوك خلال فترة الدراسة كان أفضل من تفاعل متابعي صفحة "قف معنا" الإسرائيلية من حيث مؤشرات القياس والتفاعل التي اعتمدتها الباحثة، فكان التفاعل في الإعجابات في الصفحة الفلسطينية تحت فئة قوي جدا – حسب تصنيف الباحثة حاز على 801 إعجاب وأكثر، صاحب النسبة الأعلى في منشورات الصفحة الفلسطينية بحوالي 49% مقابل 36% لفئة التفاعل القوي جدا بالاعجاب في منشورات الصفحة الإسرائيلية، فيما كانت فئة التفاعل في التعليقات ضعيفة في الصفحتين، وقد عزت الباحثة ذلك إلى أنه لم يكن هنالك تفاعل من قبل القائمين على الصفحة الفلسطينية والإسرائيلية مع متابعي الصفحة من خلال التعليقات، بالرغم من أهمية هذه الأداة للاستجابة لرغبات الجمهور والمحافظة على علاقة مستمرة؛ ما يخلق ثقة متبادلة بين الصفحة والمتابعين، ومعرفة توجهاتهم واحتياجاتهم ورغباتهم حسب The importance of social media
- لاحظت الباحثة تسخير صفحة "فلسطين الدولية" أدوات المحتوى المرئي ومناسبة معايير النشر عبر السوشال ميديا في 99.7% من موادها المنشورة (نص مع صورة أو فيديو معا) خلال فترة الدراسة، كما قامت بتمويل منشوراتها لضمان وصولها إلى أكبر عدد ممكن وزيادة التفاعل معها، وهذا ما يبرر نسب التفاعل المرتفعة في منشورات الصفحة الفلسطينية مقارنة مع الصفحة الإسرائيلية، وعدم تمويل منشورات الصفحة الإسرائيلية بنفس مدة الدراسة –حسب ملاحظة الباحثة، ولربما لتخصيص دولة الاحتلال صفحات أخرى بلغات مختلفة مختصة بكل جمهور مستهدف مثل قف معنا بالإسبانية والفارسية بل والعبرية والعربية، أو صفحات تحمل أسماء

مختلفة موجهه كل منها لجمهور معين، مثل "إسرائيل تتكلم بالعربية" التي تحاول استغلالها في علاقات إسرائيل التطبيعية وغيرها، أو صفحات المتحدث باسم جيش الاحتلال أفيخاي أدرعي وغيرها من الصفحات، ما يعني أن التفاعل الذي سجلته الباحثة في هذه الدراسة هو تفاعل الجمهور الدولي الناطق أو الملم باللغة الإنجليزية التي خاطبته الصفحة الإسرائيلية في 52% من منشوراتها.

- قل التفاعل مع صفحة "فلسطين الدولية" خلال فترة إعداد الدراسة من خلال ملاحظة الباحثة؛ بسبب تكرار المواضيع التي تنشرها الصفحة الفلسطينية، ونشر ذات القصص بل وتكثيف نشرها عن نفس المواضيع مثل، قصص الشهداء والاستيطان والاعتقال والهدم والتهجير، وغلبة الطابع الإخباري عليها –بسبب تعريف نفسها كصفحة إخبارية، ما يخلق حالة ملل عند المتابع، وقلة الاهتمام وشد الانتباه وبالتالي قلة التفاعل، على عكس ما تقوم به صفحة "قف معنا" الإسرائيلية بالمحافظة على التنوع في مضامينها ومحتواها، من مواضيع رياضية واجتماعية وثقافية وفنية وسياسية؛ ما أدى لزيادة التفاعل مع الصفحة للتنوع الموجود بداخلها، والتشويق وقدرتها على شد الانتباه نتيجة غنى وتنوع مواضيعها.



4.3.21 ستة منشورات لصفحة "فلسطين الدولية" تم اختيارها من قبل الباحثة في 10.3.2022

4.3.22 ستة منشورات لصفحة "قف معنا" الإسرائيلية اختارتها الباحثة في 10.3.3022

- لاحظت الباحثة أن الصفحتين لا تتبعان منهجية نشر محددة ومعتمدة، ما أثر على التفاعل مع الصفحتين ومضامينها، فهي بحاجة إلى تطوير نفسها بما يتناسب وأوقات الذروة المتعلقة بتفاعل المتابعين وتواجدهم على منصة الفيس بوك؛ بما يضمن وجود أكبر عدد من المتابعين ومشاهدة المنشورات و التفاعل معها.
- تواطئ الفيس بوك مع حكومة الاحتلال أثر على التفاعل مع الصفحة الفلسطينية سواء في فترة إعداد الدراسة أو ما بعد ذلك، حيص رصد صدى سوشال المختص في حماية المحتوى الفلسطيني عبر منصات التواصل الاجتماعي أكثر من 770 انتهاكا، تعرض له المحتوى الفلسطيني خلال شهر مايو/ أيار وهي النسبة الأعلى التي وثقها المركز منذ سنوات، وكان لافتاً أن هذه الانتهاكات توزعت على غالبية منصات التواصل الاجتماعي العالمية وأبرزها على الفيس بوك وتويتر. (سوشال، 2021)، عدا عن محاولة إغلاق الصفحة عدة مرات والتبليغ عنها من خلال شن حملة تحريضات على منشوراتها، ما أضطر القائمين على الصفحة إلى حجب الصفحة عن رواد مواقع

التواصل الاجتماعي من سكان القدس والداخل الفلسطيني لكثرة البلاغات التي تصل إدارة الفيس بوك رغم التزام الصفحة الكامل بمعايير النشر على الفيس بوك.

- في التأطير الإجمالي للصفحتين يظهر للباحثة أنه وعلى الرغم من أن صفحة "قف معنا" الإسرائيلية تقدم نفسها على أنها تابعة لمنظمة غير حكومية تأسست في عام 2001 ومقرها في لوس أنجلوس الامريكية، وتضم 18 فرعًا ومكتباً في جميع أنحاء الولايات المتحدة وإسرائيل والمملكة المتحدة وكندا والبرازيل، وأهدافها تعليمية، الا أن غالبية مضامينها في شهر أيار 2021 كانت إخبارية وداعمة لإسرائيل في حوالي 65% من منشوراتها الإخبارية التي تتعلق بمواضيع إخبارية آنية مثل: أحداث الشيخ جراح ومحاولات تهجير الفلسطينيين من هناك، أو أخبار اقتحامات المسجد الأقصى واندلاع المواجهات فيه، والحرب على قطاع غزة، وركزت فيها على العنف والاضطهاد الذي يتعرض له الإسرائيلي من الفلسطيني، بالاعتداء على المستوطنين والقوات الشرطية في حي الشيخ جراح، أو إطلاق صواريخ من قبل إرهابين فلسطينيين، في محاولة منها التركيز على صورة الضحية الإسرائيلية، ما يعطي إسرائيل الحق في الدفاع عن نفسها في منشورات بدأتها لجعل المتابع يشعر بالخوف من أفعال الفلسطينيين، وبالتالي تبرير ما تصفه الصفحة الإسرائيلية برد فعل الإسرائيلي، وصولا لخلق حالة من التضامن مع الإسرائيلي، وأخيرا الترويج لما تنجزه إسرائيل من نجاحات علمية وتطور وتقدم.

- من جانبها، سعت صفحة "فلسطين الدولية" إلى تأطير الصراع الفلسطيني في 62% من منشوراتها الإخبارية خلال فترة الدراسة، بالتركيز على أخبار الشهداء والهدم والاعتقالات والاستيطان والعنف الذي يتعرض له الفلسطينيون نتيجة أفعال المستوطنين خاصة في قطاع غزة والقدس، وتصوير الفلسطيني بالضحية جراء ممارسات قوات الاحتلال في حي الشيخ جراح، أو بالضحية في قطاع غزة نتيجة القصف المتواصل على المواطنين هناك، كذلك تأطير صورة الفلسطيني بصورة الضحية في الضفة الغربية نتيجة إطلاق النار من قبل قوات الاحتلال على الفلسطينيين أو بسبب اعتداءات المستوطنين على المواطنين، أكثر من التركيز على انجازات فلسطين الدولية وتحركاتها قادتها السياسية.
- لاحظت الباحثة تأطير إسرائيل نفسها بالضحية أكثر منها من تأطير فلسطين نفسها بالضحية من خلال صفحاتها على الفيس بوك، سواء في المنشورات التي تتحدث بمواضيع من داخل حدود جغرافية فلسطين التاريخية، أو حتى عن الأخبار من خارج فلسطين، ووصف الإسرائيلي بضحية

معادي السامية، والكارهين والموالين للنازية وغيرها، فيما اقتصرت صفحة "فلسطين الدولية" على توصيف الفلسطيني بالضحية نتيجة إسرائيل واعتداءاتها، دون وجود منشورات من خارج فلسطين توصف الفلسطيني بالضحية لمجموعة أو تنظيم أو حركة سياسية خارجية معينة، غير إسرائيل، على عكس ما حاولت إسرائيل تصديره بأنها ضحية لحزب الله في لبنان أو إيران.

- تشابهت كلا الصفحتين الفلسطينية والإسرائيلية في تأطير مضامينها بصبغة الصراع، كونها تتحدث عن دولتين في صراع دائم، ومن ثم الصبغة الإنسانية التي تحاول كل صفحة من خلال أطرها الإنسانية كسب التضامن الدولي وتصدير الرواية الخاصة في كل دولة، مستخدمة كل منها مصطلحات أو كلمات أو لغة تفهم منها انحيازها لطرف على حساب آخر، حيث سادت اللغة الإخبارية في الصفحتين والتي ركزت في محتواها على لغة التخويف– من الأعمال التي يقوم به طرف بحق طرف آخر، ومن ثم التضامن، فيما ابتعد الصفحتان عن لغة الحياد في منشوراتها، فركزت صفحة "قف معنا" الإسرائيلية في إطار الصراع على شيطنة الفلسطيني وإلصاق صفة الإرهابي بمعظم الأخبار الصادرة عن قطاع غزة، ومدى الخطر الذي يشكله الفلسطيني على الإسرائيلي الآمن، فيما حاولت صفحة "فلسطين الدولية" تأطير مضامينها بتصوير الفلسطيني بالضحية من قبل الإسرائيلي التي حاولت وصفه بالعديد من المصطلحات بما يتناسب مع الاعتداء وموقعه الجغرافي مثل، الإرهابيون، العنصريون، الاستعماريون، والاحتلال، ووصف ما تقوم به إسرائيل من تشريد وهدم واستيطان بأنه حرب ديمغرافية للسيطرة على كل الأرض الفلسطينية وإحلال شعب–المستوطنون بدل آخر.
- نجحت الصفحتان بتوظيف آليات التأطير المتمثلة بالانتقاء والإبراز والاستبعاد، تمثلت باختيار حدث معين وإبرازه وفرد مساحة خاصة فيه على حساب حدث آخر يتم استبعاده، كأخبار الضفة الغربية التي حاولت الصفحة الإسرائيلية استبعادها، واتباع آليات معينة للتأطير من ناحية الشكل، برزت في التنوع في القوالب الفنية المستخدمة، ونجحت الصفحة الفلسطينية أكثر منها من الإسرائيلية باستخدام العناوين الرئيسية الجذابة التي تخاطب دوافع المتلقين وتؤثر فيهم.
- حاولت الصفحة الإسرائيلية تأطير الصراع الإسرائيلي الفلسطيني بحجم التغطية للضحايا من صواريخ الإرهابين وتكرار المنشورات عنهم، خاصة تلك التي تحمل مواضيع إنسانية لقصص أطفال نجوا أو فارقوا الحياة نتيجة إطلاق الصواريخ من غزة، فيما لم تلاحظ الباحثة استخدام الصفحة الفلسطينية لآلية التكرار في المنشورات.
- حاولت الصفحتان توظيف آليات التأطير في فئة الممثل (الفاعل الرئيسي) من خلال الانتقاء والإبراز والإبعاد وكان واضحا في الفاعل الرئيسي للخبر، ففي الصفحة الإسرائيلية 19% من

منشوراتها كان الفاعل الرئيسي مجهول أي مخفي داخل الخبر، خاصة إذا ما كان يتحدث عن انتهاك أو اعتداء واحد فيما تبرز الصفحة الإسرائيلية الفاعل الرئيسي في نصف منشوراتها إذا كان الفاعل الرئيسي للانتهاك أو الاعتداء فلسطيني، وفي نسبة متقاربة وصلت ال 9% حاولت الصفحة الفلسطينية حجب ممثلها الرئيسي للأخبار الصادرة عن قطاع غزة خاصة المنشورات التي تتحدث عن إطلاق صواريخ وتسجيل إصابات في صفوف "إسرائيل" أو في المنشورات التي تحاول فيها تبرير القصة التي بدأت في روايتها "إسرائيل" في محاولة لنفي صورة الإرهابي التي تحاول إسرائيل إلصاقها في الفلسطيني وتوضيح أن الفلسطيني ما هو إلا ردة فعل ومفعول به وليس بالفاعل الرئيس.

4.4. الدروس المستفادة:

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الباحثة، تقترح الباحثة العديد من الدروس المستفادة من بعض نتائج الصفحة الإسرائيلية التي ساعدت في زيادة تفاعل المتابعين في القصص الإنسانية التي تصدرها للعالم الخارجي، بالإضافة للاستفادة من النتائج التي خرجت بها الباحثة من دور الصفحة الفلسطينية بتدويل القضية الفلسطينية، وتوجيه هذا الدروس خاصة للعاملين في وسائل إعلام ناطقة باللغة الإنجليزية، وللعاملين في مجال الدبلوماسية الرقمية والإعلام الرقمي، في ظل تأثير هذا النوع على الشعوب، وانتشار هذه الوسيلة بشكل كبير جدا، وهي أدوات مهمة جدا في الصراع الفلسطيني العربي الإسرائيلي.

- توصي الباحثة بضرورة اتباع منهجية نشر منتظمة، تراعي فيها الصفحة أوقات الذروة للنشر على الفيس بوك، خاصة أوقات الذروة لدى جمهورها المستهدف ومراعاة فرق التوقيت بين فلسطين والدول الخارجية، ومراعاة أيام الذروة في العمل ما بين العرب والغرب، حيث هنالك دراسات تقول إن أنسب أيام النّشر تكون في وسط الأسبوع (أيام العمل)، ويتمثل ذلك عند العرب الثلاثاء والأربعاء، وعند الغرب الخميس والجمعة، وذلك لأن السلوك البشري في فترات العطل الأسبوعية يذهب أكثر مع الأجواء العائلية والمناسبات، حيث أنه أسوأ وقت للنشر بعد الساعة 8 مساءً في عطلة نهاية الأسبوع. (بيان، 2020)
- يتوجب على صفحة "فلسطين الدولية" التنوع في مضامينها والخروج من لغة الخطاب الإخبارية السياسية في إطار الصراع، ونشر مواد أكثر تتحدث فيها عن الحياة في فلسطين أو عن الحياة الثقافية والفنية، والابتعاد عن لغة الدم والقتل والتهجير وتكرار نشرها لذات

المواضيع، ما يخلق ملل لدى المتابعين من تكرار المواضيع، ما يقلل من تفاعل المتابعين مع منشورات الصفحة.

- توصي الباحثة ضرورة الأخذ بعين الاعتبار معايير نجاح المنشورات على الفيس بوك من ناحية: الافتتاحية والنهاية، العنوان، المؤثرات البصرية، وجهات النظر، الصوت والمحتوى العاطفي، الأدرمة، الموسيقى المرافقة، التشويق، والتدفق، الثيمة، والمدة حسب عدة مصادر أشارت لمعايير قياس نجاح القصص السردية على السوشال ميديا (Collins, 2019)، (Dena, 2004)

(Hutchinson, 2018) (Ricardo Limongi Coelho, 16) (MRC, 2019)

(Storytelling, 2021) -

- يجب عدم إهمال الجانب الترفيهي في محتوى الصفحات الفلسطينية الموجهة للعالم الخارجي عبر الإنترنت، بالتركيز على المنشورات الترفيهية التي تحمل في مضامينها صور للحياة اليومية للفلسطينيين، بالإضافة إلى منشورات تركز على الموروثات الثقافية والترويج لها، و التي تستطيع الصفحة من خلالها إيصال الرسائل المنشودة، حيث وجدت بعض الدراسات أن المحتويات مثل الترفيه ترفع، في المتوسط، عدد الإعجابات والتعليقات والمشاركات، (Florian Michahelles, 2013) ، بالإضافة إلى التركيز على المحتوى المرئي كون الصور ومقاطع الفيديو مسؤولة عن التأثير الإيجابي على الإعجابات والتعليقات. (Lisette de Vries, 2014)
- على وزارة الخارجية الفلسطينية تفعيل دور الدبلوماسية الرقمية والدبلوماسية الشعبية، أو دعم المبادرات القائمة التي تركز على مخاطبة الشعوب لضمان استمرارها، خاصة لمواجهة إسرائيل التي تتفوق في هذه الحرب الإلكترونية ودعم الحكومة لها، وتخصيص أموال خاصة لدعم مبادرات الدبلوماسية الرقمية.
- على صفحة "فلسطين الدولية" ضرورة تنشيط بث خطابها بلغات مختلفة لضمان وصول الرواية لأكبر عدد ممكن للتفاعل مع القضية الفلسطينية وذلك بعد ملاحظة الباحثة تخصيص دولة الاحتلال صفحات بما يزيد على 50 لغة عبر "السوشال ميديا"، بموضوعات تناسب كل منها الجمهور المستهدف.
- على الرغم من تشابهه الصفحتين الفلسطينية والإسرائيلية بعدم التفاعل مع تعليقات المتابعين، الا أن الباحثة لاحظت صفحات إسرائيلية أخرى تتفاعل مع التعليقات، ما ساعد بزيادة التفاعل

مع منشورات الصفحة، وبناءً عليه يجب على الصفحة الفلسطينية ضرورة التفاعل بالتعليقات مع متابعين الصفحتين، لأهمية ايجاد علاقة بين القائمين على الصفحة والمتابعين ومعرفة توجهاتهم ورغباتهم، وكسب الثقة فيما بينهم.

5.1.المصادر والمراجع:

5.1.1.المراجع باللغة الإنجليزية:

BTS.COM. (20022, 2 20). *دراسة عن التحليل الكمي والكيفي*. Retrieved 3 16, 2022, from BTS.COM: https://www.bts-academy.com/blog_det.php?page=129&title%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9_%D8%B9%D9%86_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84_%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%85%D9%8A_%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A

Buck, S. (2012, 5 30). *The Beginner's Guide to Instagram*. Retrieved 3 15, 2022, from yahoo.com: https://web.archive.org/web/20160429065837/https://www.yahoo.com/news/beginners-guide-instagram-220028085.html

Collins, W. (2019). *The science of storytelling.* London: Great Britain by 4th Estate.

Cucu, E. (2021, 10 26). *[What Data Says] Where to Place Links in Facebook Posts for Greater Engagement. Here's what 51,054,216 Facebook Posts Tell Us*. Retrieved 2 2021, 16, from Socialinsider: https://www.socialinsider.io/blog/link-in-facebook-comment/#:~:text=Adding%20a%20link%20to%20a%20Facebook%20post%20reduces,placing%20links%20in%20the%20first%20comment%20on%20Facebook.

Dena, C. (2004). Current State of Cross Media Storytelling Preliminary observations for future design. *Research gate*.

Dennis Chong, J. N. (2007). Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 103-126.

Dennis Chong, J. N. (2007). Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 103-126.

Deos, A. (2015). Digital Diplomacy & Social Capital: Analysing Relational Components of Trust in US & Israeli Online Social Networks. *University of Otago*.

Department, S. R. (2020, 8 26). *Number of internet users in Israel 2017-2025*. Retrieved from statista: https://www.statista.com/statistics/974318/israel-number-of-internet-users/

Devaraj Shruti, M. A. (2015). An investigation of the factors that predict an Internet user's perception of anonymity on the web. *International Conference on Human Aspects of Information Security, Privacy, and Trust*, 311-322.

Dietram A. Scheufele, D. T. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*.

Entman, R. (2000). Framing toword clarification of a fractured paradigm. *journal of communicion, vol 3*, 391-393.

Florian Michahelles, I. P. (2013). Evaluation framework for social media brand presence. *Social Network Analysis and Mining*, 1325-1349.

Gamson w, C. H. (1992). media images and the social construction of reality. *annual review of sociology vol 18*, 373-393.

Gulerman, N. I. (2017). Effectiveness of digital public relations tools on various customer segments. *Journal of Management Marketing and Logistics 4, no. 3*, 259-270.

Hutchinson, A. (2018, 7 18). *5 Key Insights into Effective Instagram Stories Performance*. Retrieved from Social Media Today: https://www.socialmediatoday.com/news/5-key-insights-into-effective-instagram-stories-performance-report/528000/

Ilan Manor, M. H. (2018). Palestine in Hebrew: Overcoming the Limitations of Traditional Diplomacy. *Revista Politicia Exterior*, 538-574.

John Carlo Bertot, P. T., & Munson, S. (2010). Social Media Technology and Government Transparency. *Computer, vol. 43, no. 11*, 53-59.

Lippmann, W. a. (2017). Public opinion. *Routledge*.

Lisette de Vries, P. S. (2014). Factors influencing popularity of branded content in Facebook fan. *European Management Journal*, 1001–1011.

Manor, I. (2016). what is digital diplomacy, and how is it practiced around the world. *The 2016 Annual Review of the Diplomatist Magazine*.

Melissen, J. (2005). The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. *Palgrave Macmillan*, 30-32.

Missy Graham, E. J. (2013). Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local. *Public Relations Society of America*.

Moaather.com. (2022). *19 خطوة لزيادة التفاعل في صفحة الفيس بوك2022*. Retrieved from Moaather.com: https://moaather.com/%D8%B2%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84-%D9%81%D9%8A-%D8%B5%D9%81%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83/

MRC. (2019, 3). *Media Audience Measurement.* Retrieved from Media Rating Council: http://mediaratingcouncil.org/MRC%20Cross-Media%20Audience%20Measurement%20Standards%20(Phase%20I%20Video)%20Public%20Comment%20Draft.pdf

Mualla, S. A. (2017). Palestinian - Israeli Cyber Conflict: An Analytical Study of the Israeli Propaganda on Facebook. *Journal of the Arab American University.*

Norris, P. (1995). The restless search network news framing of the post-cold war wold. *political communication vol 12*, 357-370.

Ricardo Limongi Coelho, D. d. (16, 8 8). *Impact of post content on Facebook and Instagram metrics*. Retrieved from Emerald insight: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/OIR-06-2015-0176/full/html

Robimson, P. (2001). theorrizing the influence of media on war politicis european. *journal of communication*, 531-590.

Ronit Kampf, I. M. (2015). Digital Diplomacy 2.0? A Cross-national Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter. *The Hague Journal of Diplomacy*.

Semetko, H. V. (2000). Framing European politics: Acontent analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 93-109.

Smith, B. L. (2015). Propaganda, communication and public opinion. *Princeton university press*.

statista. (2021, 11 8). *Facebook - Statistics & Facts*. Retrieved from Facebook - Statistics & Facts

statista. (2021, 6 4). *Instagram - Statistics & Facts*. Retrieved from statista: https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#dossierKeyfigures

statista. (2021, 8 12). *Twitter - Statistics & Facts*. Retrieved from https://www.statista.com/topics/737/twitter/

Storytelling, T. C. (2021). *The 7 Elements of Digital Storytelling*. Retrieved from The Center for Digital Storytelling: http://digitalstorytelling.coe.uh.edu/archive/

Tankard, J. W. (1991). Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement. *Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston, MA*.

ŢUŢUI, V. (2017). Some Reflections Concerning the Problem of Defining Propaganda. *Journal the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory & Rhetoric*.

Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 51-62.

West, C. (2021, 1 14). *Hashtag analytics 101: Using the best hashtags for your social strategy*. Retrieved 2 17, 2021, from sproult social: https://sproutsocial.com/insights/hashtag-analytics/

Yarchi, M. (2017). Two stories for two nations: Public diplomacy in the Israeli-Palestinian conflict. *Interdisciplinary Center, Herzliya*.

zeitzoff, T. (2018). Does Social Media Influence Conflict? Evidence from the 2012 Gaza Conflict. *Journal of Conflict Resolution*, 29-63.

5.1.2. المصادر باللغة العربية:

أحمد ,أ .ز .(2009) .*نظريات الاعلام مدخ لاهتمامات وسائل الاعلام و جمهورها* .بيروت :المكتبة العصرية.

إصليح ,م .ع .(2020) .دور الدبلوماسية الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني من وجهة نظر النخب الاعلامية والسياسية .*جامعة الأقصى –غزة*.

الاسرائيلية ,م .و .(30 3 ,2016) .*وزارة الخارجية تبادر الى أول مؤتمر دولي عن الدبلوماسية الرقمية*.

الحميد ,ط .أ .(2008) .التسويق الابتكاري .*دار الفجر للنشر والتوزيع*.326-325 ,

الحميد ,ط .أ .(2018) .*التسويق الابتكاري* .دار الفجر للنشر و التوزيع :مصر.

الدسوقي ,أ .ا .(2019) .الدبلوماسية في عصر العولمة بين االستمرارية والتغير .*مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية* .124-99 ,*20*

الدلمي ,ع .ا .(2015) .*اخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين* .عمان :دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.

الدلمي ,ع .ا .(2015) .*أخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين* .عمان :دار اليازوري للنشر والتوزيع.

السيد ,ع .ح .(2009) .*الاتصال :نظرياته المعاصرة* .القاهرة :الدار المصرية اللبنانية .

الشاعر ,ع .ا .(2015) .*مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني* .الأردن :دار الصفاء للنشر و التوزيع.

الشحف ,ف .ح .(2015) .*الدعاية و التضليل الاعلامي* .دمشق :دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة.

العال ,و .ع .(2018) .الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية .*مركز تطوير الاعلام-جامعة بيرزيت*.

العالي ,ع .ا .(2009) .الصراع الفلسطيني الاسرائيلي عبر وسائل الاعلام الأسطورة و الايتوس الصراعي .*دفاتر السياسة و القانون*.61-46 ,

القيم ,ك .ح .(2014) .دراسات تحليل المحتوى .*جامعة بابل*.

المدخلي ,م .ب .(2018) .منهج تحليل المحتوى تطبيقات على مناهج البحث .*جامعة الملك عبد العزيز*.

المديفر ,ع .(2020) .*الدبلوماسية الشعبية في زمن الإعلام الجديد* .القاهرة :الوكالة العربية للعلاقات العامة.

المغربي ,ع .م .(2015) .*الاعلام و الاتصال الجماهيري* .الاسكندرية :دار التعليم الجامعي.

النعامي ,م .ص .(2005) .*العسكر والصحافة في اسرائيل* .القاهرة :دار الشروق.

بدر ,أ .(2021) .الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية .*مؤسسة الدراسات الفلسطينية*.

بيان ,ا .(3 6 ,2020) .*أفضل وقت للنشر على الفيس بوك* .Retrieved 3 10, 2022, from إي عربي :
https://e3arabi.com/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%82%D9%86%D9%8A%D8%A9/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%81%D8%B6%D9%84-%D9%88%D9%82%D8%AA-

%D9%84%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1-%D8%B9%D9%84%D9%89-
%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83/

تايلور ,ف .(2010) .الدبلوماسية العامة و مكانتها في السياسة الخارجية .*مجلة الدبلوماسي، معهد الدراسات الدبلوماسية*.39 ,

تيسير ,م .(2020) .المنهجية النوعية .*المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث* .

جلولي ,ر .س .(2020) .الإعلام الحربي الإسرائيلي ودوره كأداة في دعم سياسات الاحتلال الإسرائيلي في فلسطين .*مجلة أبحاث قانونية وسياسية*.471-449 ,

جنابي ,ع .م .(2016) .تغطية قناتي "الجزيرة "و"روسيا اليوم "للحملة العسكرية الروسية في .*جامعة الشرق الأوسط*.19-11 ,

جودة ,ه .(2019) .الاعلام الاسرائيلي بين الاهداف والتطور .*مدونة هاني جودة للدراسات والأبحاث السياسية والتاريخية والاجتماعية*.

حسن ,خ .ص .(2001) .دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية .*المجلة العربية لبحوث الرأي العام*.9 ,

حسونة ,ن .(2018) .الاعلام الاسرائيلي :الهيكيلية، الأهداف والخصائص.*Academic.edu* .

حسونة ,ن .م .(2015) .نظريات الاعلام و الاتصال .*شبكة الألوكة*.

حفاف ,س .ب .(2020) .حرية الرأي و التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة حالة الجزائر و بعض الدول .*جامعة زيان عاشور الجلفة*.

حماد ,أ .(2005) .*الصحافة و الاعلام في اسرائيل* .رام الله :المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية "مدار."

زريق ,ر .(2021) .إسرائيل :خلفية أيديولوجية وتاريخية In .م .ف .الدين ,*دليل اسرائيل العام 2020.* فلسطين :مؤسسة الدراسات الفلسطينية.

زيد ,ح .أ .(2020) .دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحقوقية في تشكيل خطاب توعوي حقوق الإنسان .*الجامعة العربية الأميريكية*.

ساعد ,ط .(2017) .الدبلوماسية العامة الرقمية ..قوة ناعمة جديدة .*جامعة محمد بوضياف –املسيلة*.

سليمان ,ع .ا .(2000) .*نظريات التعلم وتطبيقاتها في التربية الخاصة* .القاهرة :جامعة القاهرة.

سمير ,ي .ص .(2018) .الخطاب الدعائي الاسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، صفحة أفيخاي أدرعي نموذجا .*المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*.588-521 ,

سوشال ,ص .(2 6 ,2021) .*صدى سوشال 770 :انتهاكا خلال شهر مايو والمركز يقاضي فيسبوك* . Retrieved from http://sada.social/%d8%b5%d8%af%d9%89-%d8%b3%d9%88%d8%b4%d8%a7%d9%84-770-%d8%a7%d9%86%d8%aa%d9%87%d8%a7%d9%83%d8%a7-%d8%ae%d9%84%d8%a7%d9%84-%d8%b4%d9%87%d8%b1-%d9%85%d8%a7%d9%8a%d9%88-%d9%88%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b1/

شلش ,ل .(28 1 ,2021) .*الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية لتلميع صورة الاحتلال في المنطقة* . Retrieved from Trt عربي: https://www.trtarabi.com/opinion/%D8%A7%D9%84%D8%AF%D8%A8%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D9%8A%

D9%84%D9%8A%D8%A9-
%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%B9-%D8%B5%D

صلوي ,ع .ا .(2016) .*نظريات التأثير الاعلامي* :2016 .مكتبة الامام الحسين الرقمية.

ضاهر ,أ .م .(2017) .دور الإعلام الفلسطيني في تدعيم الجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية .*اكاديمية الادارة والسياسه للدراسات العليا* .

عامر ,د .أ .(18 2 ,2018) .*أيديولوجيا الإعلام الإسرائيلي في تغطية الشأن الفلسطيني* Retrieved . 3 13, 2022, from al jazeera.net: https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/02/180218100540480.html

عبيد ,ع .ع .(1998) .*مدخل الى الاتصال والرأي العام :الأسس النظرية والاسهامات العربية* .مصر : الهيئة المصرية العامة للكتاب.

عقيلة ,د .(2019) .دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين .*جامعة العربي بن مهيدي*.

علمي ,ن .(2019) .المعالجة الاعلامية للجريمة في الصحافة الجزائرية الخاصة "دراسة تحليلية وميدانية ."*جامعة* محمد خيضر.78-57 ,

علي ,ج .س .(2010) .*الرأي العام بين الكلمة والمعتقد* .القاهرة :دار النهضة العربية للنشر و التوزيع.

عوض ,أ .(9 2 ,2020) .*مؤسسة الابحاث التسويقية* Retrieved from :المال*Hootsuite*. https://almalnews.com/%D8%AA%D9%82%D8%B1%D9%8A%D8%B1-4-5-
%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-
%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A-
%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-

%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D9%8B/#:~:text=%D9%83%D8%B4%D9%81%20%D8%A3%D

قاشي ,ع .(2021) .المنهج المقارن في البحث العلمي في ميدان الدراسات القانونية .*مجلة الاستيعاب* , 151-169.

قيراط ,م .(4 9 ,2021) .*التعاطي الإعلامي و التعاطي مع الارهاب* ,2021 ,14 11 Retrieved . from: https://al-الشرق
sharq.com/opinion/14/02/2015/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D8%B7%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D8%B7%D9%8A-%D9%85%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B1%D9%87%D8%A7%D8%A8

كابلي ,س .(24 11 ,2010) .*الدبلوماسية العامة :الفريضة الغائبة*. Retrieved from الوطن السعودية: https://www.alwatan.com.sa/article/3256

كشرود ,ف .ا .(2021) .إشكالية تطبيق أداة تحليل المحتوى في الإعلام الجديد .*مجلة الدراسات الاعلامية*.

مبتعث ,ل .و .(27 11 ,2018) .*بطاقة الملاحظة في البحث العلمي*. Retrieved from مبتعث للدراسات و الاستشارات الاكاديمية: https://mobt3ath.com/dets.php?page=211&title=%D8%A8%D8%B7%D8%A7%D9%82%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%B8%D8%A9_%D9%81%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A

مبتعث ,ل .و .(6 9 ,2021) .*المنهج الوصفي، تعريفه وخصائصه* .مبتعث للدراسات والاستشارات الاكاديمية Retrieved from : https://mobt3ath.com/dets.php?page=185&title=%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%AC_%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B5%D9%81%D9%8A%D8%8C_%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D9%87_%D9%88%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5%D9%87

نومار ,م .(2012) .استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر .*الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة الحاج لخضر–باتنة*.–

وديب ,ج .م .(2013) .تأطير الحرب :تغطية الإعلام المرئي العالمي لحرب لبنان عام 2006. *المستقبل العربي*.

ويفي ,ع .ب .(2019) .الدبلوماسية الرقمية وبناء الصور الذهنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي : دراسة لبعض التجارب العالمية .*اجمللة اجلزائرية للعلوم اإلنسانية واالجتماعية*.43–21 ,

يحياوي ,أ .ع .(2018) .الترجمة والتحرير الإعلامي :بين تغطية الوقائع وتصوير الواقع *Journal of* . *Comparative Poetics*, 288–328.

يوسف ,ت .(2020) .وحدة :تحليل المضمون المواد السمعية البصرية .*طاكسيج –كوم للدراسات و النشر والتوزيع*.

(مختار، 2022)

6.1. الملاحق:

استمارة تحليل المضمون:

6.1.1. استمارة تحليل المضمون: "الصفحة الفلسطينية"

تم إعداد أداة لتحليل المضمون؛ لتحليل ما تم حصره من عينة الدراسة تحليلا كميا ونوعيا بما يخدم أهداف الدراسة، ويحقق الإجابة عن تساؤلاتها، تم تصنيف فئات التحليل حسب مضمون حالات الدراسة ونوعية العينة.

فئة الشكل:

1. شكل المادة المنشورة:

خبر صحفي

تقرير صحفي

قصة صحفية– فيتشر

بث مباشر

مقابلة صحفية

غير ذلك

2. فئة الوسائط المستخدمة:

نص بدون صورة

نص مع صورة

نص مع فيديو

نص مع رابط

غير ذلك

3. فئة استخدام الوسم :hashtag

دون وسم

وسم واحد

أكثر من وسم

4. فئة توقيت النشر:

مرتبط بحدث معين

غير مرتبط بحدث معين

فئة الممثل:

معلوم

مجهول

لا يوجد

فئات المضمون:

1. فئة لغة المحتوى:

إخباري

قصصي

توعوي

2. فئة الأطر المستخدمة في المضمون:

سياسي

اقتصادي

انساني

أيدولوجي

أخلاقي

مسؤولية

صراع

غير ذلك

3. فئة موقع الحدث:

القدس

الضفة الغربية

قطاع غزة

خارج فلسطين

الداخل الفلسطيني

فئة وصف أطراف الصراع:

قوات الاحتلال

المقاومون

الإرهابيون (العنصريون، الاستعماريون، الصهيونية)

الفلسطينيون (المواطنون)

المستوطنون (المتطرفون)

الضحايا

الإسرائيليون (إسرائيل)

غير ذلك

4. فئة موضوع المادة المنشورة:

إنجازات الحكومة الفلسطينية

انتهاكات الاحتلال

أخبار عن الشهداء

أخبار عن الاستيطان

أخبار عن الأسرى والمعتقلين

ردود الفعل الدولية اتجاه القضايا

احتفالات دينية ووطنية

مواضيع تاريخية وأرشيفية

الحق الفلسطيني في فلسطين

العنف والاضطهاد ضد الفلسطينيين

المفاوضات والعلاقات الفلسطينية الإسرائيلية

قصص صمود وتحدي

التفاعل والتضامن مع القضية الفلسطينية

الثقافة والحياة اليومية

غير ذلك

5. فئة الأهداف:

التبرير

التهديد والتخويف

التضامن

الترويج (التفوق والإنجازات)

غير ذلك

6. فئة اللغة المستخدمة:

محايد

مؤيد

معارض

7. فئة الجمهور المستهدف:

داخلي–محلي

عربي

دولي

8. فئة مصادر المعلومات:

مؤسسات حكومية

شخصيات حكومية

الصفحة ذاتها

شخصيات مستقلة

مصادر وشخصيات إسرائيلية

مصادر فلسطينية

مصادر دولية

شهود عيان

مواقع التواصل الاجتماعي

بدون مصدر

غير ذلك

10.فئة الاستمالات الاقناعية:

استمالات عاطفية

استمالات عقلية

كلاهما

لا يوجد

11. فئة الاستمالات العاطفية:

استخدام الرموز والشعارات

مخاطبة المشاعر الدينية

مخاطبة المشاعر القومية

الاستدلال بالقرآن والسنة

مخاطبة الحواس

غير ذلك

12. فئة الاستمالات العقلية:

معلومات تحتوي الأرقام والاحصاءات

معلومات تحتوي المصادر والوثائق

تقديم الحجج المنطقية، وتفنيد الآراء المضادة

غير ذلك

13. فئة التفاعل بالإعجابات:

0–300 ضعيف

301–500 متوسط

501–800 قوي

801–وأكثر قوي جدا

14. فئة التفاعل بالتعليقات:

0–100 ضعيف

101–300 متوسط

301–500 قوي

501–وأكثر قوي جدا

15. فئة التفاعل بالمشاركة:

0–100 ضعيف

101–300 متوسط

301–500 قوي

501–وأكثر قوي جدا

6.1.2. استمارة تحليل المضمون: "الصفحة الإسرائيلية"

فئة الشكل:

1. شكل المادة المنشورة:

خبر صحفي

تقرير صحفي

قصة صحفية– فيتشر

بث مباشر

مقابلة صحفية

غير ذلك

2. فئة الوسائط المستخدمة:

نص بدون صورة

نص مع صورة

نص مع فيديو

نص مع رابط

غير ذلك

3. فئة استخدام الوسم :hashtag

دون وسم

وسم واحد

أكثر من وسم

4. فئة توقيت النشر:

مرتبط بحدث معين

غير مرتبط بحدث معين

فئة الممثل:

معلوم

مجهول

لا يوجد

فئات المضمون:

1. فئة لغة المحتوى:

إخباري

قصصي

توعوي

2. فئة الأطر المستخدمة في المضمون:

سياسي

اقتصادي

إنساني

أيدولوجي

أخلاقي

مسؤولية

صراع

غير ذلك

3. فئة موقع الحدث:

إسرائيل

الضفة الغربية

قطاع غزة

خارج إسرائيل

غير ذلك

4. فئة وصف أطراف الصراع:

جيش الدفاع الإسرائيلي

القوات والشرطة الإسرائيلية

الإرهابيون

العصابات

المخربون

الكارهون

غير ذلك

5. فئة موضوع المادة المنشورة:

الحياة في إسرائيل

اهتمام إسرائيل بالمناسبات الدينية والوطنية وغيرها

إسرائيل تدعو للوحدة والمساواة بين السكان

بناء السلام والحفاظ عليه

إسرائيل تحترم الديانات الأخرى

الحق الإسرائيلي في فلسطين

العنف والاضطهاد ضد اليهود

تطبيع العلاقات بين إسرائيل والدولة العربية

التقدم الإسرائيلي والتطور العلمي

معاداة السامية

المحرقة والبطولة الإسرائيلية

مناسبات تاريخية وأرشيفية

دعم الدول لإسرائيل

معاناة الإسرائيليين من إرهاب الفلسطيني

أنسنة الجيش الإسرائيلي

غير ذلك (حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها)

6. فئة الأهداف:

التبرير

التهديد والتخويف

التضامن

الترويج (التفوق والإنجازات)

غير ذلك

7. فئة اللغة المستخدمة:

محايد

مؤيد

معارض

8. فئة الجمهور المستهدف:

داخلي–محلي

عربي

دولي

9. فئة مصادر المعلومات:

مؤسسات حكومية

شخصيات حكومية

الصفحة ذاتها

شخصيات مستقلة

مصادر إسرائيلية

شخصيات اسرائيلية

مصادر دولية

شهود عيان

مواقع التواصل الاجتماعي

بدون مصدر

غير ذلك

10.فئة الاستمالات الاقناعية:

استمالات عاطفية

استمالات عقلية

كلاهما

لا يوجد

11.فئة الاستمالات العاطفية:

استخدام الرموز والشعارات

مخاطبة المشاعر الدينية

مخاطبة المشاعر القومية

الاستدلال بالتوراة

مخاطبة الحواس

غير ذلك

12.فئة الاستمالات العقلية:

معلومات تحتوي الأرقام والاحصاءات

معلومات تحتوي المصادر والوثائق

تقديم الحجج المنطقية، وتفنيد الآراء المضادة

غير ذلك

13. فئة التفاعل بالإعجابات:

0–300 ضعيف

3001–500 متوسط

501–800 قوي

801–وأكثر قوي جدا

14. فئة التفاعل بالتعليقات:

0–100 ضعيف

101–300 متوسط

301–500 قوي

501–وأكثر قوي جدا

15. فئة التفاعل بالمشاركة:

0–100 ضعيف

101–300 متوسط

301–500 قوي

501–وأكثر قوي جدا

6.1.3. عينة الدراسة لصفحة "قف معنا" الإسرائيلية:

https://drive.google.com/drive/folders/1R-YqaMn8QqudbYA8mwQLPHWQi3z758cz

6.1.4. عينة الدراسة لصفحة فلسطين الدولية:

https://drive.google.com/drive/folders/1R-YqaMn8QqudbYA8mwQLPHWQi3z758cz