



The Israeli Occupation's Employment of Propaganda Techniques and Media Frames Through the "Israel Speaks Arabic" Page on Facebook to Influence Audience's Perceptions

Dr. Ibrahim Ukka , : Marah Daroubi

¹Professor of Media and Public Relations - Master's Program in Contemporary Public Relations (College of Graduate Studies Ibrahim Ukka An-Najah National University - Nablus, Palestine

²Master's Student in Contemporary Public Relations - An-Najah National University, Nablus, Palestine

<https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0005-6138-7370>

Abstract :

This study aimed to find out the extent to which the Israel Speaks Arabic Facebook page employed media frameworks and advertising techniques during 2023 to influence public perceptions. To achieve this goal, the study relied on the descriptive approach and content analysis tool to analyze its posts shared on its Facebook page during the period from January 1, 2023 to April 30, 2023. The content analysis form was designed according to the theoretical framework that relies on the framing theory and the seven advertising techniques identified by the Propaganda Analysis Institute in the United States of America. According to the results of the study only, the strategic framework ranked first with a percentage of 20.2% of the total frames used by the page to influence public perceptions, and the ethical principles framework ranked second with a percentage of 18.7% of the total media frames used in the research sample, while the economic results framework received the lowest percentage of 9.3%. The results showed that the communication strategy of the Israel Speaks Arabic page on Facebook during the study period was in line with the seven propaganda techniques identified by the Propaganda Analysis Institute. The flashy generalities technique was the highest, repeated at 17.9% of the total techniques used in the study sample, while the recommendation technique was the least used technique at a rate of 10.3%. In light of the study results, the researcher recommends the importance of creating political pages that show the military, security and economic failure of the occupying state on all social media sites, and working to compete with the Israeli pages affiliated with the occupying state on social media sites, by forming a specialized media team that is fluent in the various basic languages, English and French, in addition to working to highlight Palestinian media material to refute the lies of the occupying state and their justifications for the excessive use of force against the Palestinian people, and highlighting documents and statistics conducted by international organizations in order to expose the crimes of the Israeli occupation and its targeting of Palestinian civilians.

Keywords: Israel Speaks Arabic page, propaganda techniques, media frameworks, Facebook, Israeli occupation.

Received: 08 May 2024 **Revised:** 10 June 2024 **Accepted:** 25 June 2024

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى توظيف صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على فيس بوك للأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية خلال عام 2023م للتأثير على تصورات الجمهور، ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأداة تحليل المحتوى لتحليل منشوراته التي شاركها على

صفحته في الفيس بوك خلال الفترة الممتدة من 1 يناير 2023م حتى 30 أبريل 2023، وقد تم تصميم استمارة تحليل المحتوى وفقاً للإطار النظري الذي يعتمد على نظرية التأطير والتقنيات الدعائية السبعة المحددة من قبل معهد تحليل الدعاية في الولايات المتحدة الأمريكية. وحسب نتائج الدراسة فقط حل الإطار الاستراتيجي بالمرتبة الأولى بنسبة قدرها 20.2% من مجموع الأطر التي استخدمتها الصفحة للتأثير على تصورات الجمهور وحل ثانياً إطار المبادئ الأخلاقية بنسبة 18.7% من مجموع الأطر الإعلامية التي استخدمتها في عينة البحث، فيما حصل إطار النتائج الاقتصادية على أقل نسبة قدرها 9.3%. وأظهرت النتائج أن استراتيجية الاتصال لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على فيس بوك خلال فترة الدراسة، تتماشى مع تقنيات الدعاية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية، وكانت تقنية العموميات البراقة هي أعلى نسبة حيث تكررت بنسبة 17.9% من إجمالي التقنيات المستخدمة في عينة الدراسة، بينما كانت تقنية التوصية أقل التقنيات استخداماً بنسبة قريبة قدرها 10.3%. وفي ضوء نتائج الدراسة توصي الباحثة، بأهمية إنشاء صفحات سياسية، تظهر الفشل العسكري والأمني والاقتصادي لدولة الاحتلال على كافة مواقع التواصل الاجتماعي، والعمل على مزاحمة الصفحات الإسرائيلية التابعة لدولة الاحتلال على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تكوين فريق إعلامي متخصص يجيد اللغات الأساسية المختلفة الإنجليزية والفرنسية، بالإضافة إلى العمل على إبراز مادة إعلامية فلسطينية لدحض أكاذيب دولة الاحتلال و تبريراتهم للاستخدام المفرط للقوة ضد الشعب الفلسطيني، وإبراز الوثائق والإحصائيات التي تقوم بها منظمات دولية من أجل فضح جرائم الاحتلال الإسرائيلي واستهدافه للمدنيين الفلسطينيين.

الكلمات المفتاحية: صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، تقنيات الدعاية، الأطر الإعلامية، فيس بوك، الاحتلال الإسرائيلي.

الفصل الأول

الإطار العام للورقة البحثية

المقدمة:

تحتل وسائل الاعلام الرقمية مكانة كبيرة في ظل التطور الإعلامي الذي نشهده في عصرنا الحالي، فهي تعتبر من الوسائل المهيمنة في الساحة الإعلامية لما لها من سمات تمكنها من الوصول السريع الى الجمهور المستهدف على نطاق واسع وتمكينها لهم للتفاعل مع المحتوى الإعلامي الذي تقدمه وتحفيزهم على مشاركته، بل وتعددت الى السماح بإشراكهم في العملية الإنتاجية الإعلامية بمختلف الطرق.

وفي ظل التطور السريع للتكنولوجيا الحديثة استغلت دولة الاحتلال الإسرائيلي مختلف أنواع وسائل الاعلام الرقمية والتفاعلية لإثبات وجودها، واعتمدت على نوع جديد من أنواع الدعاية من اجل نشر دعايتها يتركز على القوة الناعمة في تغيير وقلب الحقائق وتأطيرها، وذلك بهدف التأثير على الرأي العام من خلال محاكاة واستمالة العواطف واستثارة الاحتياجات واستخدام أساليب إعلامية مدروسة لتناسب مع أفكار وعقليات الجمهور المستهدف، وسواء أكان هذا الجمهور المتلقي يهوديا او فلسطينيا او حتى اجنبيا من الدول العربية او من المجتمع العالمي وذلك من اجل اكمال عملياتها الدعائية عالميا واقلما ومحليا.

ويقول هارولد لاسويل في "دائرة المعارف للعلوم الاجتماعية" أن الدعاية يمكن ان تكون عبارة عن صورا كلامية أو موسيقية أو تصويرية أو خطية، بعد ذلك وضح في كتابه بعنوان "الدعاية والنشاط الدعائي" أن الدعاية عبارة عن الاحتيال باستخدام الرموز، أما بالنسبة للأهداف التفصيلية لعملية الدعاية فأنها تختلف باختلاف الجهة التي تقوم بالدعاية باختلاف استراتيجيتها وإيديولوجيتها، وان نجاح الدعاية يعتمد على مجموعة من المتغيرات، والتي منها نوع الفكرة التي تعمل الدعاية لنشرها، ونوعية الجمهور التي تسعى الدعاية اليه ونوعية النظام الاعلامي، وعلاوة على التكتيكات والوسائل والرموز التي تستخدمها الدعاية ومدى إمكانيةها في الوصول إلى الجمهور المستهدف (عبد العال، 2017، ص 9).

ومنذ بداية القرن الواحد والعشرين أصبح لإسرائيل علاقات متينة مع الدول العربية في مختلف المجالات، كون إسرائيل لم تكن في بعلاقتها فقط بحكومات الدول بل سعت للوصول الى شعوبها عبر خلق جسور تواصل معهم عبر منصات وصفحات اعلامية الكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بمخاطبتهم باللغة العربية وبأسلوب ممنهج دعائي لشرح وجهة نظرها فيما يدور من احداث وثورات وتأطيرها إعلاميا بما يتناسب مع مصالحها في المنطقة العربية لاستهداف أفكارهم والتلاعب بها والتأثير على تصوراتهم. كما ويتعامل الاحتلال الإسرائيلي مع مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة تختلف عن بقية الدول فهو يتعامل معها ويعتبرها ساحة للحرب الباردة فيسعى الى تهئية وتعزيز مواقفه واسلحته الفكرية

الإعلامية في هذه الساحة. فالصفحات الإسرائيلية قد تتحول إلى درع حامية للشعب اليهودي وتكون سلاحا ضد اعداءه. ففي أوقات الازمات او المشاحنات السياسية المحتدمة مع الشعب الفلسطيني يقوم الاحتلال الإسرائيلي، بتوظيف واستخدام الشبكات الاجتماعية كقنوات لتوصيل الرسالة المستهدفة وتنفيذ حملات دعائية ومهاجمة المعارضين بأساليب خفية مدروسة لتعبئة الجمهور والتأثير على آرائهم وتصوراتهم والعمل على زيادة عدد المؤيدين لها.

كما ويقوم الاحتلال الإسرائيلي باستغلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث يقدم عبره المعلومات ويوجهها بالطريقة التي تتناسب مع مصالح الحكومة والمسؤولين سياسيا، مما يؤدي الى دعم تصورات معينة موجودة او العمل على تعديل

وتغيير هذه التصورات او انشاء صورة ذهنية جديدة لم تكن موجودة مسبقا، ومن خلال تتبع الصفحات الإعلامية الإسرائيلية الناطقة بالعربية فنتبين انها بتزايد مستمر حيث يزيد عدد متابعيها يوما بعد يوم، كما ويتجاوز عدد المتابعين في تلك الصفحات المليون متابع، هذا بالإضافة الى التفاعل مع ما تقوم هذه الصفحات بنشره سواء بالتعليق او الاعجاب او مشاركة المحتوى المقدم مع الآخرين.

هذا بالإضافة الى ان الاحتلال الإسرائيلي يقوم بالتسلل للمجتمع العربي عبر وسائل الاعلام المرئية والمقروءة والمسموعة، اذ انتشر في السنوات الأخيرة عددا كبيرا من الإذاعات والتلفزيونات والمواقع الالكترونية الإعلامية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية حيث ان وجودها ليس بمحض الصدفة بل منبثقة من خطط واستراتيجيات وتكتيكات يتبناها الاحتلال الإسرائيلي من اجل تحقيق مصالحه وايصال رسالته المدحضة بما يتناسب مع سياسته فهي تعكس وجهة النظر الإسرائيلية، كما ان الاعلام الإسرائيلي الناطق باللغة العربية تتعدد وسائله وتنوع، ومن ابرزها في الوقت الحاضر الصفحات الإسرائيلية على المواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، ونظرا لكثرة هذه الصفحات خصصت الباحثة هذه الدراسة للوقوف على احدى اهم الصفحات الإعلامية الإسرائيلية على الفيس بوك والموجهة الى الشعوب العربية والناطق باللغة العربية، صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" لما لها قدرة كبيرة على التأثير في تصورات الجمهور والتأثير على الآراء والاتجاهات في الدول العربية عبر تقديم عدد كبير من الاخبار ووجهات النظر حول مختلف الاحداث والقضايا الحاصلة بالمجتمع الإسرائيلي.

وقام جيش الاحتلال الإسرائيلي بإنشاء وحدة تابعة لقسم الاعلام الجديد تقوم على كتابة ونشر الاخبار والمعلومات باللغة العربية، حيث انها تستهدف العرب بصفة عامة والفلسطينيين على وجه الخصوص وذلك عبر انشاء صفحات إعلامية تابعة للجهات الرسمية الإسرائيلية، مثل صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" التي أنشأتها الوزارة الخارجية الإسرائيلية بتاريخ 10/يناير/ 2011 ، وهي اول صفحة رسمية باللغة العربية لدولة إسرائيل على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، حيث تم توظيفها كمصدر للمعلومات عن دولة إسرائيل من أجل إطلاع الجمهور العربي على أنشطتها الداخلية والخارجية والأحداث لحظة بلحظة، وتعتبر الأكثر انتشارا ونشاطا مقارنة بالصفحات الاخرى في إسرائيل، حيث تحظى بمتابعة كبيرة وبلغت نسبة الاعجاب بالصفحة (3.2 مليون) لسنة 2023، وغالبيتهم من فئة الشباب حيث توظف إسرائيل هذه الصفحة لتركيز على تقديم صورة ايجابية عن إسرائيل.

تتبع إشكالية هذه الدراسة من اهتمام فئة الشباب واقبالهم على استخدام موقع الفيس بوك الذي يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا في البلاد العربية، حيث تقبل هذه الفئة على متابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على الفيس بوك، وما قد يليه من ضخامة الأثر الذي قد تسببه وتتركه مثل هذه الصفحات على تصورات الشباب العرب وتؤكد هذه الدراسة أن إسرائيل تستغل شبكات التواصل الاجتماعي للوصول إلى الشباب العرب بقصد التشويه والتأثير على معتقداتهم السياسية والثقافية وغيرها، كما انها تمكنهم من التفاعل العلني وسهولة الاتصال مع المسؤولين الإسرائيليين بشكل مباشر مما قد يشكل خطرا كبيرا على شباب مجتمعا.

وعليه تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على طبيعة الدعاية الإسرائيلية وتقنياتها والاطر الإخبارية المستخدمة عبر منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك، كما ستحاول الدراسة توضيح وتحليل الخطاب السياسي الإسرائيلي عبر منشورات هذه الصفحة.

مشكلة الدراسة:

تتبع إشكالية هذه الدراسة من تزايد الصفحات الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، وزيادة اهتمام الاحتلال لاسرائيلي بتوظيف هذه الصفحات لتحقيق مصالحه من خلال اقامة إقامة جسر تواصل مع الجمهور العربي على وجه الخصوص وذلك في محاولة

منها لتحسين العلاقات مع الشعوب العربية للخروج من العزلة التي تأسرها داخل المحيط العربي، هذا بالإضافة لتحسين صورتها الذهنية بينهم ولرسم صورة تنسجم بالاجابية والسلام والمحبة والديمقراطية والازدهار والتعايش مع جيرانها العرب، لمحو الصورة السلبية الراسخة بعقول الشباب العرب والعمل على تقبل وغرس فكرة تطبيع العلاقات مع إسرائيل.

وتتلخص مشكلة الدراسة في معرفة مدى توظيف الاحتلال الإسرائيلي للأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك للتأثير على تصورات الجمهور، وتبيان أبرز الأطر الإعلامية والتقنيات الدعائية المستخدمة للترويج ونقل الصورة المجملية عن الاحتلال حيث تعد صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" من أهم الصفحات الإسرائيلية لما لها قدرة كبيرة في التأثير على تصورات وأراء وعقول الجمهور عبر منشوراتها على الفيس بوك.

استناداً لما سبق تحدد مشكلة البحث المركزية في الإجابة على السؤال التالي: ما مدى توظيف الاحتلال الإسرائيلي لتقنيات الدعاية والأطر الإعلامية عبر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك للتأثير على تصورات الجمهور؟
تساؤلات الدراسة:

ويتفرع من السؤال الرئيس الاتي " ما مدى توظيف الاحتلال الإسرائيلي لتقنيات الدعاية والأطر الإعلامية عبر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك للتأثير على تصورات الجمهور؟ " الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمها الاحتلال الإسرائيلي في محتوى منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك؟
2. ما هي التقنيات الدعائية التي قام الاحتلال الإسرائيلي باستخدامها في محتوى منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك؟
3. كيف استخدم الاحتلال الإسرائيلي التقنيات الدعائية عبر صفحته إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك للتأثير على الجمهور المتابع لصفحة؟
4. لماذا استخدم الاحتلال الإسرائيلي هذه التقنيات الدعائية، وما هي دلالاتها؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة للتعرف على التقنيات الدعائية والأطر الإخبارية التي يستخدمها الاحتلال الإسرائيلي عبر محتوى منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، ومعرفة مدى اثرها على تصورات الجمهور المتابع لهذه الصفحة بهدف الوصول إلى نتائج تعود بالنفع على المؤسسات الإعلامية العربية والفلسطينية وللخروج بمؤشرات واقتراحات تمكن هذه المؤسسات من معرفة أساليب الدعاية والاقناع والاستمالات العاطفية المستخدمة بهذه الصفحة، وذلك لمعرفةاها والوعي بها وبالتالي الاستفادة والاخذ بها لمواجهة هذه الصفحة ومثيلاتها من الصفحات الإسرائيلية الاخرى وذلك للحد من خطورتها وتأثيرها على الجمهور العربي، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:

1. إيضاح مدى توظيف الاحتلال الإسرائيلي لكل من الأطر الإعلامية والتقنيات الدعاية عبر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك للتأثير على تصورات الجمهور المتابع للصفحة.
2. التعرف على أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمها الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك للتأثير على تصورات الجمهور المتابع للصفحة.
3. بيان التقنيات الدعائية التي ركز الاحتلال الإسرائيلي على توظيفها عبر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك.
4. إبراز كيفية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لتقنيات الدعائية للتأثير على الجمهور عبر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك.
5. معرفة أسباب استخدام الاحتلال الإسرائيلي لهذه التقنيات الدعائية وأهم دلالاتها.

أهمية الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة إضافة نوعية لمجال البحث العلمي المتعلقة بموضوع الدعاية الإسرائيلية الحديثة، حيث اهتمت بتحليل محتوى ومضمون منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، إذ تكتسب الدراسة أهميتها من خلال كشف التقنيات الدعائية والأطر الإعلامية المستخدمة عبر الصفحة على تطبيق الفيس بوك وأساليبها في التأثير على الجماهير، وفضح أساليب التضليل الإعلامي الإسرائيلي المستخدمة والهادفة إلى بناء صورة إيجابية عن الاحتلال وصورة سلبية لتشويه الفلسطينيين.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: اقتصرت هذه الدراسة على تحليل منشورات صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على تطبيق الفيس بوك، والتي تحمل العلامة الزرقاء من قبل إدارة الموقع وهي شارة تحقق لتدل على أنها الصفحة الرسمية الموثقة والمعتمدة من قبل إدارة الموقع. وتم اختيار هذه الصفحة كونها أول صفحة رسمية باللغة العربية لدولة إسرائيل على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، كمان أنها صفحة نشطة وذات شهرة واسعة وتحظى بعدد كبير من المتابعين من مختلف الجنسيات حيث بلغ نسبتهم 3.2 مليون شخص حسب آخر تحديث للصفحة بتاريخ 12 ابريل 2023م.

الحدود الزمانية: تتمثل في الفترة الزمنية الممتدة من بداية السنة (1 يناير 2023م) إلى (30 ابريل 2023م) وهي فترة شهر رمضان المبارك وعيد الفطر 2023م، حيث شهدت هذه الفترة أحداث سياسية وعسكرية متزايدة خاصة في بداية السنة فكان شهر يناير أكثر الشهور دموية بالضفة الغربية منذ عام 2015 حيث ارتقى فيه 35 شهيدا، كما وشهدت الأشهر المحددة ارتفاعات ملحوظة في اعتداءات دولة الاحتلال على أبناء الشعب الفلسطيني في مختلف المدن الفلسطينية، كما زادت الاعتداءات على المصلين والاقحامات المتكررة لجيش الاحتلال للمسجد الأقصى خلال شهر رمضان المبارك، وبالتالي ازدياد نشاط صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية من أجل تبرير أفعال جيش الاحتلال وتلميع صورته.

الفصل الثاني

الإطار النظري والمفاهيمي

مصطلحات الدراسة:

- التصورات اصطلاحاً: هو إدراك الشيء بالعبارات المفردة، هذا الإدراك قد لا يصاحبه إثبات ولا نفي، ولا يصاحبه إذعان ولا يقين، أي أن التصور أو الإدراك لا يلزمه التصديق (الانصاري، 2021).

- التصورات اجرائياً: تعرفها الباحثة بأنها مجموعة من الأفكار التي تخضع للتغيير أو التأثير بواسطة رسالة موجهة عبر منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بأسلوب ضمني وبطريقة غير مباشرة على الجمهور، وذلك عبر كلمات مؤثرة ومعبرة سواء اكانت مكتوبة او منطوقة او حتى صورة او أي أداة أخرى، تخلق لدى الجمهور حالة شعورية معينة تؤثر على معتقداته وافكاره وتغيرها بهدف تحقيق غاية ما.

-الجمهور اصطلاحاً: هم الأشخاص المستهدفون من خلال الحملة أو الرسالة الإعلانية، كما ويعرف بأنه المجموع الكلي لعدد القراء أو المستمعين أو المشاهدين الذين يتم الوصول إليهم من خلال وسيلة إعلانية محددة (ميم، 2022).

- الجمهور اجرائياً: تعرفهم الباحثة بأنهم كافة متابعين صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية والبالغ عددهم 3.2 مليون شخص، حيث يتم استهدافهم فكرياً من قبل الاحتلال الإسرائيلي عبر منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية وذلك للتأثير على تصوراتهم واستبدال أفكارهم واللعب بعقولهم بما يحقق غاياتها.

- الصورة الذهنية اصطلاحاً: وهي الصور العقلية التي تتكون في أذهان الجمهور عن المنشآت والمؤسسات المختلفة وقد تتكون هذه الصور من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة (عجوة، ٢٠٠٣، ص٥).

- الصورة الذهنية اجرائياً: تعرفها الباحثة بأنها مجموعة من الأحكام والاعتقادات والتصورات العقلية التي يدرکها الجمهور اتجاه الاحتلال الاسرائيلي، فيتكون عند الجمهور صورة مختزنة في أذهانهم إما إيجابية أو سلبية وذلك بناءً على ما يقدمه ويعرضه لهم عبر منشورات صفحته الإعلامية.

- الأطر الإخبارية اجرائيا: تعرفها الباحثة بأنها إنتقاء القائمين على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على جانب معين من قضية او حدث ما، وتسليط الضوء عليه وإبرازه دونن عن غيره من الجوانب الأخرى، التي يتم اغفالها وتجاهلها لتحقيق غاية معينة تصب في مصالحهم، وهي الأطر الإعلامية السبعة المستخدمة في منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.

- التقنيات الدعاية اجرائيا: تعرفها الباحثة بأنها التقنيات الدعاية السبعة التي تم توظيفها في محتوى منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، والتي يتم استخدامها من اجل التأثير على مشاعر الجمهور المستهدف حيث تستهدف عاطفة ومشاعر القارئ او المشاهد، من اجل التأثير به لقبول فكرة معينة من وجهة نظر القائمون على الصفحة وذلك لاستمالة العقول والتأثير على تصورات الجمهور.

- الاحتلال الإسرائيلي: هو ما يُسمى بإسرائيل، وهو كيان اغتصابي قام على أرض فلسطين التاريخية التي تقع على الضفة الشرقية للبحر المتوسط، وقد قام الاحتلال رسميا عام 1948م عندما قامت العصابات الصهيونية بقتل وتشريد آلاف الفلسطينيين وطردتهم من أراضيهم وممتلكاتهم واحتلت مكانهم حتى الآن (الرأي، 2015).

- إسرائيل تتكلم بالعربية: هي صفحة إعلامية أنشأتها الوزارة الخارجية الإسرائيلية بتاريخ 10/ يناير / 2011، وهي اول صفحة رسمية باللغة العربية لدولة إسرائيل على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، حيث يتم توظيفها كمصدر للمعلومات عن دولة إسرائيل من أجل إطلاع الجمهور العربي على أنشطتها الداخلية والخارجية والأحداث لحظة بلحظة، وتحظى بمتابعة كبيرة وتبلغ نسبة الاعجاب بالصفحة (3.2 مليون) لسنة 2023، وغالبيتهم من فئة الشباب حيث توظف إسرائيل هذه الصفحة لتركيز على تقديم صورة إيجابية عن إسرائيل.

- الفيس بوك: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي تم إنشاؤه في فبراير 2004 من قبل طلاب جامعة هارفارد، كانت الفكرة وراء فيس بوك هي توفير كتاب للوجوه ولتقييم نسبة الجمال عبر الإنترنت لطلاب الجامعات وللتواصل ومشاركة المعلومات، وبدأت كشبكة اجتماعية تقتصر على جامعة هارفارد فقط حتى أصبحت شبكة اجتماعية عالمية (Kerner، 2021).

الإطار النظري:

اعتمدت هذه الدراسة على نظرية التأطير الإعلامي وعلى الدعاية الاعلامية بوصفها إطارا علميا يمدنا بالسياق المعرفي الذي يمكن من تفسير نتائج الدراسة في سياقها الطبيعي وذلك عبر تحليل المنشورات على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية من بداية السنة الى شهر رمضان وأيام عيد الفطر 2023م وتحديدًا الفترة الممتدة من (1 يناير 2023م) إلى (30 ابريل 2023م)، وذلك لمعرفة الأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية السبعة التي وظفتها الصفحة عبر منشوراتها.

نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

أولاً: تعريف النظرية

تُعتبر النظرية حديثة نسبياً، وهي تفسر دور الإعلام في تشكيل الآراء والاتجاهات حيال القضايا المختلفة، وبالتالي رصد استجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لها. نشأت نظرية التأطير الإعلامي على يد الباحث وعالم الاجتماع "غوفمان"، الذي عمل على تطوير مفهوم التفاعل الرمزي والبناء الاجتماعي، من خلال مناقشة قدرات الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات والذي يقوم بتحريك مدركاتهم، ويعمل على دفعهم إلى حسن استخدام خبراتهم الشخصية، وذلك عبر اختيار أطر إعلامية تعطي مغزى ومعنى للمضمون (إبراهيم، 2002، 3-9). وتركز النظرية كما وضعها عالم الاجتماع المؤسس على الطريقة التي يتعلم من خلالها الأشخاص، كيفية تفسير عالمهم الاجتماعي بصورة نمطية متكررة، ومن أجل خلق إطار تصوري؛ لا بدّ من الأخذ بعين الاعتبار عنصرين أساسيين وهما: (Baran, 2006, P: 285)

1. المحتوى والسياق السياسي والاجتماعي، الذي يتم فيه تحديد الأطر وصياغتها.
2. النتائج والعواقب السياسية والاجتماعية طويلة المدى، المتعلقة بالأطر التي يتم تعلمها من وسائل الإعلام.

الإطار الذي تقدم به القصة الإخبارية أو تعرض به يؤثر على إدراك الجمهور لها وغالباً ما يكون متحيزاً بسبب انتقاء جانب معين من الواقع وتجاهل أو تهميش سائر الجوانب الأخرى وصرف الانتباه عنها، والإطار لا يصنع المحددات الخارجية للموضوع فقط، بل يملئ تنظيمًا بعينه للمعلومات المتعلقة بالموضوع (حسن، 2001، ص 73). كما أنَّ تأثير الأطر لا يمكن أن يتحقق فقط من خلال إبراز بعض الجوانب في الأحداث أو الوقائع، ولكن يمكن أن يتحقق أيضاً من خلال الحذف أو الإغفال لجوانب أخرى، أو العمل على تقديم توصيات خاصة من الجانب القائم بالاتصال (عبد الحميد، 2009، 404).

ثانياً: أنواع الأطر الإعلامية

تعتمد هذه الدراسة على النماذج المستخدمة في نظرية الأطر الإعلامية والتي لها صلة بموضوع الدراسة وهي كما يلي:

1. الإطار العام: يقوم بمشاهدة الأحداث في سياق عام مجرد ويقوم بتقديم تفسيرات عامة للواقع، ويربطها بالمعايير الثقافية والسياسية، وتتمثل أهميته في الفهم الكبير للمشكلات، وتقديم الحلول لها، والإقناع على المستوى البعيد (الدليمي، 2016، ص 204).
 2. إطار الاهتمامات الإنسانية: هذا الإطار يرى الأحداث من منطلق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة، لكي يتم صياغة الرسائل بعد ذلك بقوالب وقصص درامية ذات نزعة إنسانية (الدليمي، 2016، ص 204).
 3. الإطار الاستراتيجي: يرى هذا الإطار الأحداث في منطقتها الاستراتيجية من أجل وضعها في صيغة معينة، والعمل على تفسير المشكلات من أجل الوصول إلى فهم مشترك للبيئة المحيطة، ويتلاءم هذا الإطار مع الأحداث العسكرية والسياسية (الحديدي، 2006، ص 188).
 4. أطار النتائج الاقتصادية: يقوم هذا الإطار بوضع الوقائع والحقائق التي نتجت عن الأحداث في سياق النتائج الاقتصادية، ويشير للتأثير الحاصل أو المتوقع على الأفراد والدول والمؤسسات، إذ أن القائم بالاتصال يستخدم الناتج المادي من أجل جعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الجمهور وأكثر ارتباطاً بمصالحهم (الدليمي، 2016، ص 205).
 5. إطار المسؤولية: يقوم القائم بالاتصال في هذا الإطار بوضع الرسالة للإجابة على السؤال من المسؤول، إذ أن الدولة والمؤسسات والأفراد معنيون بمعرفة المسؤول عن الحدث وربطه بشخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة (الدليمي، 2016، ص 206).
 6. إطار المبادئ الأخلاقية: في هذا الإطار يتم عرض الواقع في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع، كما يخاطب المعتقدات والقيم الراسخة عند المتلقي، يرد القائم بالاتصال الحدث رداً مباشراً لوعاء المجتمع الأخلاقي. ومن الممكن استخدام الاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم نسبته للوقائع أو المصادر أو الجماعات التي تؤكد هذا الإطار (الدليمي، 2016، ص 206).
 7. إطار الصراع: في هذا الإطار يتم عرض الحدث في الإطار التنافسي الذي يحمل طابع الصراع الحاد، ومن الممكن أن تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر مهمة من أجل إبراز الصراع، فيتم رصد المصالح قبل رصد الأهداف، وغالباً يتم قياس الرسالة بمقياس الربح والخسارة، والمنتهز والمهزوم، كما يبالغ القائم بالاتصال كثيراً في جعله إطاراً للحدث (الدليمي، 2016، ص 205).
- ومن خلال دراسة الباحثة لنظرية الأطر الإعلامية لاحظت ترابطها مع موضوع الدراسة، حيث أن وضع الأحداث والقضايا في إطار معين عبر تنظيم انتقاء جانب من المعلومات المتعلقة بدراسة الدعاية السياسية الإسرائيلية عبر منشورات الصفحة الإعلامية الإسرائيلية، والتركيز على إبراز جوانب معينة وإغفال جوانب أخرى من خلال منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بطريقة معينة، فذلك يعد أحد الأساليب المهمة في المعالجة الإعلامية التي تُبرز الجوانب التي تتوافق مع سياسة وتوجهات الصفحة والقائمين عليها؛ مما سيؤثر ذلك على تصورات الجمهور وعلى كيفية إدراك الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية تجاه الدعاية السياسية الإسرائيلية؛ سواء كان هذا التأثير إيجابياً أو سلبياً. تبعاً لما سبق، تم استخدام هذه الأطر السبعة كجزء من استمارة تحليل المحتوى.

الدعاية الإعلامية

الدعاية "Propaganda" وهي نشر المعلومات بطريقة موجهة أحادية المنظور وتوجيه مجموعة مركزة من الرسائل بهدف التأثير على آراء أو سلوك أكبر عدد من الأشخاص وهي مضادة للموضوعية في تقديم المعلومات، كما أنها تعرض المعلومات بهدف التأثير على المتلقي المستهدف. كثيراً ما تعتمد البروباغندا على إعطاء معلومات ناقصة وبذلك يتم تقديم معلومات كاذبة عن طريق الامتناع عن تقديم معلومات كاملة، وهي تقوم بالتأثير على الأشخاص عاطفياً عوضاً عن الرد بعقلانية، والهدف من هذا هو تغيير السرد المعرفي للأشخاص المستهدفين لأجندات سياسية (الدعاية، 2021).

كما وعرفها معهد تحليل الدعاية بالولايات المتحدة الدعاية: "بأنها التعبير عن الرأي أو عن العمل يقوم به عن عمد أفراد أو جماعات آخرون للوصول إلى غايات محددة بواسطة مناورات سيكولوجية " (حاتم 1993، ص 139). وعرفها كالتري "بأنها محاولة مقصودة يقوم بها فرد أو جماعة من أجل تشكيل اتجاهات جماعات أخرى أو التحكم فيها أو تغييرها، وذلك عن طريق استخدام وسائل الاتصال، والهدف من ذلك أن يكون رد فعل أولئك الذين تعرضوا لتأثيرها في أي موقف من المواقف هو نفس رد الفعل الذي يرغبه الداعية (حاتم، 1993، ص 30). وعرفها وضاح الزيتون، بأنها الوسائل التي تستخدم من أجل إقناع الناس بتغيير تصرفاتهم في اتجاه مرجو، أو هي نشاط فريد من نوعه، يستطيع شخص واحد أن يؤثر من خلاله على ملايين الناس باستخدام الكلمة المنطوقة أو المكتوبة، أو الإشارة أو الرموز (عبد العال، 2017، ص 78). وعرفها تونيس "بأنها إثارة الرأي العام على نطاق واسع بغرض نشر الأفكار دون اعتبار لصديقها أو دقتها" (27 Qualter, 1962, P).

ثانياً: تقنيات الدعاية

وهي التقنيات الدعائية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية (IPA) في أواخر الثلاثينيات، وهي كما يلي:

1. تقنية النقل (**Transfer**): تنقسم تقنية النقل إلى نوعين، النقل السلبي والنقل الإيجابي حيث تعمل هذه التقنية من خلال الرموز والنصوص والشخصيات المرتبطة بشهرة إيجابية أو سلبية عند الجمهور، فيقوم القائم بالاتصال بربط هذه الأمور بفكرة أو قضية معينة بهدف إقناع الجمهور بقبولها أو رفضها، بمعنى توظيف شيء معين بربطه بشيء آخر (المصدر، 2016، ص 109). وعادة ما يتم استخدام الرموز أو الاقتباسات أو الصور الخاصة بالأشخاص

المشهورين لنقل رسالة ليست بالضرورة مرتبطة بهم، ويحاول المتحدث إقناع الجمهور المستهدف من خلال الاستخدام الغير مباشر لشيء يحترمه وله قيمة كبيرة بنفسه، مثل الصورة الوطنية أو الدينية وهي الأكثر شيوعاً في هذه التقنية الدعائية (Mohita, 2019). حيث تساعد هذه التقنية بمعرفة الأساليب والمنهج الذي تستعمله صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية لتربطها بأفكارها وآرائها المقدمة للجمهور حتى تكون مدعومة بشكل قوي يؤدي للتأثير فيه.

2. البطاقة الرابحة (**Card Stacking**): في هذه التقنية يقوم القائم بالدعاية بمحاولة التأثير في الجمهور وإقناعه بأفكاره ومعتقداته عبر استخدام أسلوب فن الخداع، فيقوم بانتقاء الحقائق التي تتلائم مع غايته بالإضافة لكل من التزييف والكذب أو عبر الاستشهاد بمصدر محدد وتجاهل غيره، حيث يؤدي هذا النوع من التأطير أو العرض الانتقائي للاحداث الى استمالة الجمهور وكسب دعمه بما يتحقق مع مصالحه وأفكاره (Jowett & Donnell, 2014). كما وتعرف أيضاً باسم أنصاف الحقائق لأنها تعتمد على قول أنصاف الحقائق، أي أنها تقوم على اختيار واستخدام الحقائق أو الأكاذيب أو الرسوم التوضيحية أو الانحرافات أو العبارات المنطقية أو غير المنطقية لإعطاء أفضل أو أسوأ حالة ممكنة لفكرة أو برنامج أو شخص أو شيء (576Koa, 2018, P)). وتتطلب هذه التقنية المهارة، والبراعة فالحقائق يحرفها الملقى ويلونها لتناسب مع مصالحه وتثير إعجاب مستمعيه، وهكذا قد ينسج قصة ويقدمها كحدث حقيقي (Mohita, 2019). تكشف هذه التقنية اساليب عمل صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في محتوى منشوراتها المتعددة التي بنيت على أجزاء من الحقيقة وعلى حساب اغفال عناصر الخداع والكذب لرسم صورة إيجابية لها.

3. التوضيحية أو التزكية (**Testimonial**): تقنية تعمل من خلال الاستعانة أو الاقتباس عن شخص أو أفكار أو نصوص أو تجارب أو إحصاءات أو أحداث سابقة، من أجل دعم شيء أو فكرة أو سياسة وقد تكون إيجابية أو سلبية، بمعنى قد تهدف إلى القبول أو الرفض فيمكن أن تعمل بشكل عكسي باستخدام شخص مكروه أو غير مؤهل أو غير مقبول (Capeland & Cartee, 2004). حيث تعمل هذه التقنية على معرفة الأساليب

التي تقوم بها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية للتأثير بالجمهور من خلال تحليل منشوراتها وفقاً للاقتباسات والأفكار المأخوذة من شخصيات اعتبارية أو تجارب عملية أو أرقام وإحصائيات تجعل من رسائلها قوية في سبيل تمرير أهدافها المخفية.

4. الحلق بالركب (Bandwagon): في هذه التقنية يقوم القائم بالدعاية بمخاطبة الفرد عبر استخدام عبارات تقوم بتوجيهه وتشجيعه نحو الانتماء للجماعة بحجة أنهم الاتجاه السائد، وإن الآخرون يتفقون معهم ويتبعوهم فيجب أن يوافق ويسير كل فرد على نهجهم أيضا (Farris, 2020, P 25). كما وتهدف هذه التقنية إلى جعل الجماهير يتبعون الحشد ويقبلون الأجندة السياسية (Koa, 2018, P 577).

5. عامة الناس (Plain folks): في هذه التقنية يقوم القائم بالدعاية بمحاولة الفوز بمحبة وثقة الجمهور عن طريق ارتداء ثوب البساطة والتواضع، وذلك من أجل التقرّب من المواطن البسيط ولكي يظهر لهم بأنه من أصول متواضعة مثلهم ولا يختلف عنهم فيمكنهم الوثوق به (المصدر، 2016، 111). تمكن هذه التقنية من رصد الأشكال والمظاهر التي تحاول صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية أن بين نفسها من أجل كسب ود وتعاطف الجمهور المستهدف.

6. التسمية (Name-Calling): وهي تعني استبدال الأسماء بهدف إثارة مشاعر الكراهية والخوف والرفض لدى الجمهور، عبر تسمية جماعة أو فكرة أو معتقد بمسميات ذات دلالات سلبية كأن يقوم القائم بالاتصال بإطلاق تسميات سلبية الأمر الذي يجعل الجمهور باتجاه تبني أحكام رافضة ومنتقدة لها مثل الإرهاب والديكتاتورية والإجرام وغيرها. (المصدر، 2016، صفحة 108). وهذه التقنية تساعد في تحديد المصطلحات والتسميات التي تستخدمها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية عند تأطيرها الأحداث والأخبار لصالحها وتشويه صورة الفلسطيني ومثال على ذلك إطلاقها اسم المخربين والارهابيين على الفلسطينيين.

7. العموميات البراقة (Glittering Generalities): في هذه التقنية يتم استخدام مسميات ايجابية من أجل الترويج لقضية ما، وهي كلمات ترتبط بمعتقدات وقيم ذات قيمة عالية، حيث لديها القدرة على التأثير وإقناع المتلقي المستهدف بقبولها والموافقة عليها دون وجود أدلة، مثل استخدام كلمات الديمقراطية والسلام والحرية والمجد والعدل (البهيش، 2013، ص 50).

استناداً على ما سبق، قامت الباحثة باستخدام هذه التقنيات كأحد مدخلات استمارة تحليل المحتوى وذلك للتعرف على التقنيات الدعائية التي توظفها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية للتأثير على تصورات الجمهور.

الدراسات السابقة

الدراسات العربية:

في هذا القسم تم عرض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية بشكل مباشر أو غير مباشر، إذ تم ترتيب الدراسات حسب اللغة إلى دراسات عربية ودراسات اجنبية، وتبعها تعقيب على الدراسات كافة، وكيفية الاستفادة منها في الدراسة الحالية، وهي كما يلي:

1. دراسة الكوع، ومصالح، وعوض (2022)، بعنوان: توظيف ضاحي خلفان لتويتر تجاه اتفاقية التطبيع الإسرائيلية- الامارتية وتأثيره على الجمهور.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى توظيف ضاحي خلفان لتقنيات الدعاية لتعزيز عملية التطبيع الإماراتي-الإسرائيلي على حسابه في تويتر، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل تغريداته المعززة لعملية التطبيع، عن طريق استخدام أداة رئيسية ألا وهي استمارة تحليل المحتوى وفقاً للإطار النظري الذي يعتمد على نظرية التأطير والتقنيات الدعائية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية في أواخر الثلاثينيات. وحسب نتائج الدراسة فقد حل الإطار الاستراتيجي بالمرتبة الأولى بنسبة قدرها 27% من تغريدات خلفان المعززة للتطبيع الإماراتي الإسرائيلي، بينما حل في المرتبة السابعة والأخيرة إطار المسؤولية بنسبة قدرها 2.1%، من مجموع الأطر التي تم استنتاجها في عينة البحث. وأظهرت النتائج

أن استراتيجية الاتصال لضاحي خلفان في تويتر خلال فترة الدراسة، تتماشى مع تقنيات الدعاية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية، وكانت نسبة استخدام تقنية العموميات البراقة هي أعلى نسبة حيث تكررت بنسبة 34% من إجمالي التقنيات المستخدمة في عينة الدراسة، بينما كان استخدام تقنية النقل الإيجابي أقلها حيث تكررت بنسبة قدرها 1.7%. ومن أهم التوصيات لهذه الدراسة: ضرورة إجراء دراسات حول تأثير الحسابات والصفحات التي تركز منشوراتها للتأثير في آراء الجمهور العربي فيما يتعلق بعملية التطبيع، وضرورة عمل صناع القرار على تأهيل كوادر إعلامية مهنية قادرة على مجابهة الكم الهائل من الحسابات والصفحات العربية أو تلك التابعة لدولة الاحتلال التي تدعو إلى تطبيع العلاقات مع دولة الاحتلال بعيداً عن مبادرة السلام العربية.

2. دراسة الخرابشة (2018): الإطار الإعلامي للدعاية الإسرائيلية الفيس بوك دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم "جيش الاحتلال الاسرائيلي".

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل منشورات الناطق الإعلامي الرسمي باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي لوسائل الاعلام العربية "أفيخاي أدري" على موقع "فيس بوك"، لمعرفة مدى تأثير هذه السياسات الاعلامية الاسرائيلية على المتابعين العرب، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون بواسطة استمارة الخاصة بتحليل المضمون بالإضافة الى استخدامه أداة المقابلة في جمع المعلومات. ومن أبرز النتائج التي توصل لها الباحث في هذه الدراسة هي كالتالي: أن فئة الإطار الاستراتيجي جاءت في المرتبة الأولى في منشورات "أدري" بنسبة 36,966%، وكانت فئة الأخبار والإعلام في المرتبة الأولى ضمن فئات الهدف من المنشورات بنسبة 24,666%، أما فئة المصادر الإعلامية فقد حلت فئة الاعتماد على نفسه كمصدر في المرتبة الأولى بنسبة 25,755%، بينما كانت فئة المجال الجغرافي المحلي المركز الأول، متقدمة على فئة المجال الاقليمي والمجال الدولي بنسبة 65,534%، أما فئات الاقتباس كانت فئة بدون اقتباس قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 40,524%، وفي فئة المرفقات المستخدمة (الوسائط) اعتلت فئة الصور سلم الترتيب بنسبة قدرها 65,181%، أما فئة الاتجاه العالم المعارض لمنشورات "أدري" فقد أخذت المركز الأول بحصولها على نسبة عالية قدرها 55,567%. ومن أهم التوصيات لهذه الدراسة: ان تعمل وسائل الإعلام العربية على تسليط الضوء على الخطورة التي تكمن في الصفحات الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على موقع فيس بوك، وحث طلاب الدراسات العليا على ضرورة إجراء بحوثهم ودراساتهم على تأثير هذه الصفحات على الجمهور العربي ومحاولة كسبهم إلى صالح اسرائيل. والعمل على تأهيل كوادر إعلامية مهنية تكون قادرة على مجابهة الكم الهائل من الصفحات الإسرائيلية الناطقة بالعربية والموجهة للمواطن العربي هذا بالإضافة الى العمل على إنشاء صفحات عربية ناطقة بالعربية موجهة للاسرائيليين واستخدام آلية مشابهة للآلية التي تستخدمها إسرائيل في مجال الدعاية. والعمل على إعداد الدورات والورشات الاعلامية التي تهدف إلى كشف ما وراء الصفحات الإسرائيلية الناطقة بالعربية.

3. دراسة مصطفى (2021): توظيف إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية للتأثير في المجتمع الفلسطيني دراسة حالة: صفحة المنسق على الفيسبوك. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على آليات استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية في التواصل مع المجتمع الفلسطيني، وتقصي المفاتيح الأساسية التي توظفها صفحة "المنسق" لجذب انتباه شرائح فلسطينية معينة، والتحقق من مسألة نجاح استخدام التواصل باتجاهين عبر الصفحة، بالإضافة الى معرفة معرفة كيفية تحقيق الاستجابة الطوعية لدى الجمهور المستهدف في ظل الفترة الزمنية ما بين شهر آذار وحتى نهاية شهر آب للعام 2020. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدم الباحث أداتين أساسيتين في جمع المعلومات، وهما أداة تحليل المحتوى وأداة المقابلة. ومن أبرز النتائج التي توصل لها الباحث في هذه الدراسة هي أن صفحة المنسق تمارس تأثيرها من خلال عرض خمسة عشر (15) موضوعاً هاماً للفلسطينيين، تمثل الأمور الصحية أكثرها طرماً بنسبة 24.6%، والسياحة والتجارة أقلها بنسبة 0.45% وتوظف ست تقنيات دعائية من أصل سبعة أكثرها نسبةً تقنية العموميات البراقة 58%، وأقلها تقنية النقل بنسبة 1.2% كما إنها تستخدم ثلاثة أطر أعلاها الأطر الإعلامية 49.4%، تليها الأطر الإنسانية بنسبة 26%، وأدناها الأطر التوعوية بنسبة 24.6%. ومن أهم التوصيات لهذه الدراسة هي ضرورة تفعيل الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية بشكل أفضل أكبر، وتنظيم حملات توعوية للمجتمع الفلسطيني من أجل زيادة الوعي بخطورة التعامل صفحة مع المنسق ومثيلاتها، وتفعيل صفحات الجهات الرسمية المتعلقة بالشؤون المدنية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة هذا بالإضافة الى إنشاء أقسام علاقات عامة رقمية في مؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية.

1. Koa's study (2021). Communication Strategies of Winning Hearts and Minds: The Case of the Muslim Brotherhood's Political Communication Campaign Post Morsi's Downfall.

العنوان مترجم للعربية: استراتيجيات الاتصال لكسب القلوب والعقول: حملة الإخوان المسلمين الاتصالية السياسية ما بعد سقوط مرسي".

هدفت هذه الدراسة لمعرفة كيفية قيام الحركات الاجتماعية بمحاولة إصلاح الصورة الملطخة وكسب قلوب وعقول الجماهير، إذ أن هذه الدراسة تدرس حملة الاتصالات الاستراتيجية السياسية الخاصة بالإخوان المسلمين التي تم استخدامها لاستعادة الصورة الذهنية الملطخة والتأثير على الجمهور من أجل بناء صورة إيجابية عنها لدى الشعب المصري وذلك بعد اقالمتهم من السلطة بتاريخ 3 يوليو 2013م، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون لتحليل البيانات الرسمية المتعلقة بالإخوان المسلمين، كما استخدم في دراسته أداة رئيسية وهي استمارة تحليل المحتوى بالإضافة إلى أداة المقابلة في جمع المعلومات. ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أنه يمكن استخدام التأطير الاستراتيجي كاستراتيجية للعمل على كسب قلوب وعقول الجمهور المستهدف بالإضافة إلى قدرتها على تعبئة الجماهير واستمالتهم وتحسين صورتها أمامهم، فبتالي يستخدم في إصلاح الصورة الملطخة. كما ويجادل هذا البحث بأن الشرعية هي مورد أخلاقي حاسم يكمن في صميم حملات الاتصال للحركات الإسلامية. ويوصي الباحث في هذه الدراسة إلى إجراء المزيد من البحوث للتحقيق في مدى نجاح جماعة جماعة الإخوان المسلمين وتأثيرهم على الجمهور عبر استخدامهم للأطر الإعلامية.

2. Abu Mualla's study (2017). Palestinian - Israeli Cyber Conflict: An Analytical Study of Israeli Propaganda on Facebook Adrael's page as an example.

العنوان مترجم للعربية: الصراع السيبراني الفلسطيني- الإسرائيلي: دراسة تحليلية للدعاية الإسرائيلية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك "صفحة أفيخاي أدري نموذجاً".

هدفت هذه الدراسة لمعرفة طبيعة الدعاية الإسرائيلية الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي بصفتها إحدى أهم مناطق الحيز العلم الافتراضي، ممثلة بصفحة الناطق الرسمي باسم ما يعرف بجيش الدفاع الإسرائيلي أفيخاي أدري". واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج المسحي، واستخدم فيها أسلوب تحليل المضمون بشقيه؛ الكمي والكيفي. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها أن هناك بروزاً للقضايا الأمنية والعسكرية والقضايا الاجتماعية والدينية في الدعاية الإسرائيلية على صفحة أدري، وأن الصفحة هدفت إلى نقل الأخبار والمعلومات والتعبئة والتواصل مع الفلسطيني. وأنها استخدمت أساليب دعاية مختلفة مثل: "تشكيل الصورة الذهنية والاختيار والانتقاء في النشر"، "إطلاق الشعارات". كما أنها استخدمت أساليب معالجة متنوعة مثل: استعراض القوة، والتقرب للآخر الفلسطيني، والاستثمار البعد الإنساني، وتبين أن الصفحة لعبت دوراً في إدارة الصراع، وأنها لم تكن وسيلة من وسائل الحوار والنقاش والتواصل، فهي تقدم وجهة نظر صهيونية، ولا تطرح القضايا بهدف النقاش، بل تلعب دوراً كبيراً في أنسنة الجيش الإسرائيلي، وفي المقابل تخويف الفلسطيني وكسر إرادته. ويوصي الباحث بدراسته إلى إنشاء الصفحات الإعلامية الفلسطينية باللغات العربية والانجليزية والعبرية لمواجهة والتصدي للصفحات الإسرائيلية ولتقل الرواية الفلسطينية للأحداث السياسية والعسكرية الجارية.

3. Heemsbergen & Lindgren's study (2014). "The power of precision air strikes and social media feeds in the 2012 Israel-Hamas conflict: 'targeting transparency'.

ترجمة العنوان للعربية: قوة الضربات الجوية الدقيقة وشبكات التواصل الاجتماعي في الصراع بين إسرائيل وحماس عام 2012: "استهداف الشفافية".

هدفت هذه الدراسة التعرف على كيفية استخدام المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي "أفيخاي أدري" الأساليب الدعائية المتطورة لوسائل التواصل الاجتماعي على حساباته بمواقع التواصل الاجتماعي عبر تطبيقات الفيس بوك وتويتر وذلك خلال فترة الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة لعام 2012. إذ عملت هذه الدراسة على تحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي على منشورات صفحة "أفيخاي أدري" على الفيس بوك وتويتر وذلك للوقوف على مدى استخدام الأساليب المتطورة للدبلوماسية العامة للدولة ومدى دعاية وشفافية الاحتلال الإسرائيلي. واعتمدت الدراسة على

المنهج الوصفي، باستخدام أداة تحليل المحتوى. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها أن شبكات التواصل الاجتماعي لم يتم التفكير فيها على أنها مسرح جديد للعمليات الإعلامية فقط بل كانت عبارة عن وسائل تشكيل التصورات وإيصال الرسائل المستهدفة من أجل كسب أكبر عدد ممكن من الجماهير، بالإضافة إلى حرص "افيخاي ادري" على الاهتمام بتوقيت نشر رسائله في الوقت الفعلي تقريباً وفقاً لأهداف محددة.

التعقيب على الدراسات السابقة

بعد الاطلاع ومراجعة الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع الدراسة أو بإحدى متغيرات الدراسة الحالية، تمكنت الباحثة من وضع التصور العام لهذه الدراسة وتمكنت من الاستفادة في معرفة نقطة البدء والانطلاق في البحث بقضية محددة أكثر تخصصاً مما سبقها حول استخدام الأطر الإخبارية والتقنيات الدعائية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، واستفادت الباحثة في تحديد وصياغة المشكلة البحثية الجديدة بدقة أكبر، كما استفادت من كيفية ربط متغيرات الدراسة حسب العلاقة بينهم والاستفادة من الجوانب المنهجية فيها، ومن الأطار النظري المتناول الذي أدى إلى زيادة وإثراء الجانب المعرفي للباحثة عن موضوع الدراسة الحالية.

كما أن الدراسات السابقة المستندة عليها الدراسة الحالية في إطارها النظري اتخذت الأطر الإخبارية والتقنيات الدعائية بدراسة الصفحات الإسرائيلية مثل صفحة أفيخاي ادري وصفحة المنسق أو الصفحات الأخرى المتعلقة بالجانب الإسرائيلي والفلسطيني كصفحة ضاحي خلفان وغيرها كيانات الإخوان المسلمين، استفادت منها الدراسة الحالية كما وتتميز عنها كونها تبحث في استخدام الاحتلال الإسرائيلي للأطر الإخبارية والتقنيات الدعائية على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك للتأثير على تصورات الجمهور، وهي الدراسة الأولى التي تتناول هذا العنوان وتحلل منشورات الصفحة خلال الفترة الزمنية التي حددتها الباحثة كما لم تدرس أي من الدراسات فترة زمنية كهذه من قبل.

كما قامت الباحثة بالتعقيب على الدراسات السابقة من حيث المنهج والأداة، فتشابهت مع كل من دراسة مصطفى (2021)، ودراسة الخرايشة (2018)، ودراسة Koa (2021)، ودراسة Heemsbergen (2014)، ودراسة الكوع (2022) من حيث المنهج حيث استخدموا المنهج الوصفي كما وتشابهت مع دراسة Abu Mualla (2017) في استخدامه للمنهج الوصفي واختلفت معه باستخدامه للمنهج الآخر وهو المنهج المسحي.

واختلفت أداة الدراسة مع دراسة مصطفى (2021)، ودراسة الخرايشة (2018)، ودراسة Koa (2021) باستخدامهم لأداة المقابلة وتشابهت معهم باستخدامهم لأداة أخرى وهي استمارة تحليل المحتوى، كما وتشابهت مع دراسة Abu Mualla (2017)، ودراسة Heemsbergen (2014)، ودراسة الكوع (2022)، حيث استخدموا أداة استمارة تحليل المحتوى.

الفصل الثالث

المنهج والإجراءات

إجراءات الدراسة

تتمثل إجراءات الدراسة الحالية طريقتها في الآتي:

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يهتم بوصف وتحليل المحتوى منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على تطبيق الفيس بوك، في الفترة الممتدة من 1 يناير 2023م حتى 30 نيسان 2023م. ويعرف المنهج الوصفي بأنه "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد خلال فترة زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية يتم تفسيرها بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة" (عبيدات وآخرون، 2004، ص 176).

مجتمع الدراسة:

حددت الباحثة مجتمع الدراسة الذي يحقق أهداف الدراسة، والذي يشمل على جميع المنشورات المنشورة على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على تطبيق الفيس بوك وذلك في الفترة الزمنية الممتدة من 1 يناير 2023م إلى 30 أبريل 2023م، والتي يبلغ قدرها (210) منشوراً.

عينة الدراسة:

استخدمت الباحثة عينة المسح الشامل لجميع المنشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية من تاريخ 1 يناير 2023م إلى 30 أبريل 2023م، والتي بلغ عددها (210) منشوراً.

أداة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على تحليل المحتوى، تحليل منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، وقد عرفها يونس وعبد الغفار بأنها: "عملية تصنيف المادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية تحت فئات معينة، وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى، بالاستناد على قواعد واضحة على أساس علمي، بحيث ترتبط هذه الفئات ارتباطاً مباشراً بالمشكلة البحثية، والفروض العلمية للدراسة، والتساؤلات البحثية المطروحة، بما يضمن أن تكون نتائج تحليل المضمون صريحة على تساؤلات وفروض الدراسة (يونس وعبد الغفار، 2020، ص 162).

وقد تم تصميم استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع بيانات الدراسة وتحقيق أهدافها اعتماداً على تحليل المنشور (Post) كوحدة تحليل المضامين المنشورة على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، وذلك وفقاً للإطار النظري الذي يعتمد على نظرية التأطير و التقنيات الدعائية السبعة التي تم تحديدها من قبل معهد تحليل الدعاية (IPA) في أواخر الثلاثينيات، وقد تم تصميمها كما يلي:

- 1- رقم المنشور: وتعني أرقام المنشورات المنشورة على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية خلال الفترة الزمنية الممتدة بين 1 يناير 2023م إلى 30 أبريل 2023م، والتي أخذت وفقاً للترتيب الزمني من الأقدم إلى الأحدث خلال فترة الدراسة.
- 2- التاريخ: تضمن الشهر وتاريخ اليوم الذي نشرت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية منشوراتها ضمن الفترة الزمنية المحددة للتحليل.
- 3- المنشورات: هي مجموعة المنشورات (النص، الصورة، الفيديو) التي تم نشرها على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية خلال الفترة المحددة للتحليل.
- 4- الأطر الإعلامية: وهي الأطر الإعلامية السبعة المستخدمة في المنشورات، وهي: الإطار الاستراتيجي، الإطار العام، إطار النتائج الاقتصادية، إطار المبادئ الأخلاقية، إطار المبادئ الإنسانية، إطار المسؤولية، وإطار الصراع.
- 5- التقنية الدعائية: وهي التقنيات الدعائية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية (IPA) في أواخر الثلاثينيات، وهي: التسمية، العربية، البطاقة الراحبة، العموميات البراقة، الناس البسطاء، التوصية، النقل.
- 6- كيف: حيث تم توضيح كيف استخدم الاحتلال الإسرائيلي تقنيات الدعاية عبر منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية للتأثير على الجمهور، وذلك لكل منشور احتوى على تقنية دعائية خلال فترة التحليل.
- 7- لماذا: حيث تم توضيح لماذا استخدم الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية هذه التقنيات الدعائية، وفقاً لتعريف كل تقنية، وطريقة عملها، والأثر الذي قد تحدثه في سياق المنشور.

الفصل الرابع

مناقشة النتائج والتوصيات

نتائج الدراسة:

أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمتها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك للتأثير على تصورات الجمهور :

بهدف الإجابة عن هذا التساؤل فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للأطر الإعلامية التي تم الاعتماد عليها من قبل صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك لعينة الدراسة من المنشورات، كما هو مبين في الجدول (1).

الجدول (1):

الأطر الإعلامية التي احتوتها منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على فيس بوك خلال فترة الدراسة:

المرتبة	النسبة %	التكرار	الأطر الإعلامية
1	20.2%	46	الإطار الاستراتيجي
2	18.7%	42	إطار المبادئ الأخلاقية
3	16%	36	إطار الاهتمامات الإنسانية
4	12.5%	28	الإطار العام
5	11.6%	26	إطار المسؤولية
6	11.1%	25	إطار الصراع
7	9.3%	21	إطار النتائج الاقتصادية
	100%	224	المجموع
*لاحظ أن تكرار الأطر يفوق عدد المنشورات المحللة في هذه الدراسة، حيث أن بعض المنشورات اشتملت على أكثر من إطار.			

ويوضح الجدول رقم (1) التكرارات والنسب المئوية لأبرز الأطر التي استخدمها القائمون على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في منشوراتهم التي قاموا بنشرها على صفحة الفيس بوك من بداية السنة القائمة وخلال شهر رمضان وفترة عيد الفطر 2023م، حيث حلت فئة الإطار الاستراتيجي بالمرتبة الأولى من منشورات الصفحة وذلك بنسبة قدرها 20.2% من مجموع الأطر التي تناولتها الصفحة، فيما حل إطار المبادئ الأخلاقية بالمرتبة الثانية بنسبة قدرها 18.7%، وجاء في المرتبة الثالثة إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة قدرها 16%، بينما حل الإطار العام في المرتبة الرابعة، بنسبة قدرها 12.5%، أما المرتبة الخامسة فقد جاء فيها إطار المسؤولية بنسبة قدرها 11.6%، وحل إطار الصراع المركز السادس بنسبة قدرها 11.1%، أما المرتبة السابعة والأخيرة فقد جاء فيها إطار النتائج الاقتصادية بنسبة قدرها 9.3%، من مجموع الأطر التي استخدمتها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في منشوراتها خلال فترة البحث.

التقنيات الدعائية التي ركزت عليها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في منشوراتها على الفيس بوك:

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية التقنيات الدعائية المستخدمة في منشورات صفحة إسرائيل تتكلم العربية على الفيس بوك كما هو موضح بالجدول رقم (2).

جدول (2):

تقنيات الدعاية في منشورات صفحة إسرائيل تتكلم العربية على فيس بوك.

النسبة %	التكرارات	التقنيات الدعائية
17.9%	43	العموميات البراقة
15.8%	38	النقل
15.4%	37	التسمية السلبية
13.7%	33	البطاقة الراحبة
14.5%	35	العربة
11.6%	28	عامّة الناس
10.8%	26	التوصية/التزكية
100%	240	المجموع
* لاحظ أن تكرار التقنيات يفوق عدد المنشورات المحلّة في هذه الدراسة، حيث أن بعض المنشورات اشتملت على أكثر من تقنية.		

تظهر نتائج استمارة تحليل المحتوى الكمي أن استراتيجية الاتصال على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على منصة الفيس بوك خلال الفترة الممتدة من 1 يناير 2023م - 30 أبريل 2023م، بأنها تتماشى مع تقنيات الدعاية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية (IPA) في أواخر الثلاثينيات، وتظهر هذه التقنيات في المنشورات التي نشرتها صفحة إسرائيل تتكلم العربية على الفيس بوك خلال فترة الدراسة، حيث تكررت تقنيات الدعاية السبعة 240 مرة في نصوص مختلفة من 210 منشوراً تم تحليلها، ويوضح الجدول رقم (2) التكرار والنسب المئوية لتقنيات الدعاية المستخدمة في منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على فيس بوك وهي كالآتي:

حلت في المرتبة الأولى تقنية العموميات البراقة بنسبة قدرها 17.9%، أما تقنية النقل فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة قدرها 15.8%، وحلت تقنية التسمية السلبية في المركز الثالث وحصلت على نسبة قدرها 15.4%، بينما حلت تقنية البطاقة الراحبة في المركز الرابع وحصلت نسبة قدرها 13.7% أما تقنية العربة حصلت على نسبة قدرها 14.5% في المركز الخامس، وقد حصلت تقنية عامة الناس على نسبة قدرها 11.6% في المركز السادس، وحصلت تقنية العربة على نسبة قدرها 10.8% في المركز السابع والأخير من مجموع التقنيات الدعائية التي استخدمتها صفحة إسرائيل تتكلم العربية في عينة الدراسة.

مناقشة النتائج:

أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمتها صفحة إسرائيل تتكلم العربية في منشوراتها على الفيس بوك للتأثير على تصورات الجمهور:

الإطار الاستراتيجي

أوضحت نتائج الدراسة الحالية بأن صفحة إسرائيل تتكلم العربية اعتماد بشكل أساسي على الإطار الاستراتيجي من أجل التأثير على تصورات الجمهور ورسم صورة إيجابية لحيش الاحتلال الإسرائيلي بشكل عام، إذ حل الإطار الاستراتيجي في المرتبة الأولى من بين الأطر الإعلامية الأخرى التي قامت بالاعتماد عليها في منشوراتها بنسبة وصلت إلى 20.2%، فهي ركزت كثيرا على تأطير الرسائل الموجهة للجمهور بهذا الإطار، حيث أنه من خلال هذا الإطار ركزت على استراتيجية دولة الاحتلال في ردع المقاومة بكافة أشكالها، والعمل على تهريب الفلسطينيين من الإقبال على أي فعل مقاوم ومعادي لدولة الاحتلال، بالإضافة الى بيان تقدم دولة الاحتلال وازدهارها على الدول العربية نفوذها وقوتها.

أنظر إلى شكل رقم (1)، حيث يظهر الكاريكاتير الرجال العرب الذين يتعجبون ومعبرين من تقدم دولة إسرائيل وأن العرب يتمنون لو ان يعيشوا مثلما يعيش عرب إسرائيل فيها، كما واستخدمت الصفحة بالصورة لوحة عليها عبارة "سويسرا الشرق" لتدل على تقدم ونجاح إسرائيل في مختلف المجالات وتقدمها في الاستثمارات المختلفة بالبلاد، وبهذا تتطلع وتطمح إسرائيل الى إنشاء شراكات عالمية مع الدول العربية كونها مثال رائع لدولة ناشئة وبلد يقوم شعبها بإنتاج مخرجات مذهلة، هذا بالإضافة إلى الإشارة إلى أنها بلد التعددية حيث يوجد بالكثير مختلف المهن الطبية المحببة لتدل على انسانيتهم وإشراكهم وإدماجهم للمواطن العربي المسلم في مختلف مناحي الحياة بإسرائيل، رجل الشرطة ليدل على مسؤولية الدولة في حفظ الأمن وموظف الاقتصاد ليدل على إنجازات واستثمارات الدولة اقتصاديا والاهتمام بتقدمها، واللاعب الرياضي وذلك لاهتمامها بالأمر الترفيهي بعيدا عن السياسة والصراع. وبهذا توجه رسالة للدول العربية بإقامة علاقات معها حيث تطمح لتوسيع لائحة التطبيع لديها مع بقية الدول، كما واستخدمت الصفحة في المنشور مقولة شعبية لدعم هذه الاستراتيجية وهي "إذا عرف السبب بطل العجب!".

Figure 1 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 16 فبراير 2023 ، كمثال للإطار الاستراتيجي.

إطار المبادئ الأخلاقية

بينما حل إطار المبادئ الأخلاقية في المرتبة الثانية في عينة الدراسة بنسبة قدرها 18.7% من مجموع الأطر التي اعتمدت عليها منشورات صفحة إسرائيل تتكلم العربية، وذلك بسبب اعتمادها على تقديم الأخبار التي تظهر الاحتلال بأنه يتحلى بالقيم الأخلاقية واقتناع الجماهير بوجهة نظرها التي تركز على تكوين صورة ذهنية إيجابية حولها، انظر إلى شكل رقم (2)، إذ يظهر جنود الاحتلال وهم يقومون بتقديم المساعدة للفلسطينيات على المعبر فيظهر جندي وهو يقوم بمساعدة فلسطينية بحمل طفلها الرضيع، ويظهر جنود اخرون وهم يصافحون طفل فلسطيني والابتسامة على وجوههم.

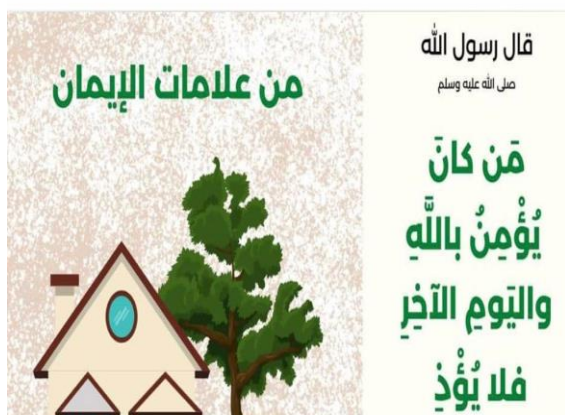
كما ويظهر بالشكل رقم (3) استخدام صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية للأحاديث النبوية الشريفة والنصوص القرآنية لما لها من مصداقية في نفوس ربه على صفحاتها، كما ويتم التعطيم على الكثير من الأخبار لإخفاء الجرائم التي من قصتهم بأنهم يتحلون بأخلاق حميدة في مسعى لتلميع صورة الاحتلال.

Figure 1 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 16 فبراير 2023 ، كمثال للإطار الاستراتيجي.

إسرائيل تتكلم بالعربية
١٥ فبراير ٢٠٢٣

أسعد الله أوقاتكم

أوصانا الله بالجار! ومما نردده الجار قبل الدار!



إسرائيل تتكلم بالعربية
٢٦ مارس ٢٠٢٣

في أول يوم جمعة لشهر رمضان الكريم

لن تر هذا المشهد في الاعلام العربي!
طفل فلسطيني يمد يده للجنود الاسرائيليين الذين يستقبلون الحجاج بابتسامة وبشاشة في معبر راحيل للحجاج والسياح وهو المعبر الذي يربط بين بيت لحم واورشليم القدس.
توافد على المسجد الأقصى للصلاة ما يزيد عن 80 الف مصلٍ

IDF Spokesperson דובר צה"ל



Figure 3 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 16 فبراير 2023، كمثل للآطار المبادئ الأخلاقية.

Figure 2 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 16 فبراير 2023، كمثل للآطار المبادئ الأخلاقية.

لعربية

16 فبراير 2023

إذا عُرف السبب بظل العجب!

هل تعلم ان المواطنين العرب في إسرائيل يتمتعون بحقوق متساوية لكنهم معفيون من الخدمة العسكرية على نقض المواطن اليهودي الملزم بالخدمة. ماذا تعرفون عن هذه الحقوق ؟ شاركونا



إطار الاهتمامات الإنسانية

وأما إطار الاهتمامات الإنسانية فقد حل بالمرتبة الثالثة في عينة الدراسة بنسبة قدرها 16% من مجموع الأطر التي اعتمدت عليها الصفحة، وذلك بسبب اعتمادها على تقديم كل ما يبين دولة الاحتلال على انها دولة تهتم بالإنسانية، وتعمل على توفير الأمن والأمان لخدمة الشعب الفلسطيني، ودائماً ما تسعى إلى صياغة الرسائل التي تقدمها بقوالب درامية تحمل نزعة إنسانية لتأثير على عقول الجماهير، أنظر إلى الشكل رقم (4)، إذ يبرز مجندة الاحتلال بصورة المتحلية بالقيم الانسانية، حيث تقوم بتقديم المساعدة امرأة كبيرة بالسن في الوصول إلى المسجد الأقصى لأداء الصلاة، متناسياً ما قام به جيشه في الوقت نفسه من قتل ومنع المصلين الفلسطينيين من أداء الصلوات في، الاقتحامات الاستفزازية لمستوطنيه لساحات المسجد الأقصى.

إسرائيل تتكلم بالعربية
13 مارس 2023

إسرائيل الإنسانية
هذا المشهد لن تراه في الاعلام العربي

Shiraz Tobi

Oriya Vivian Dai

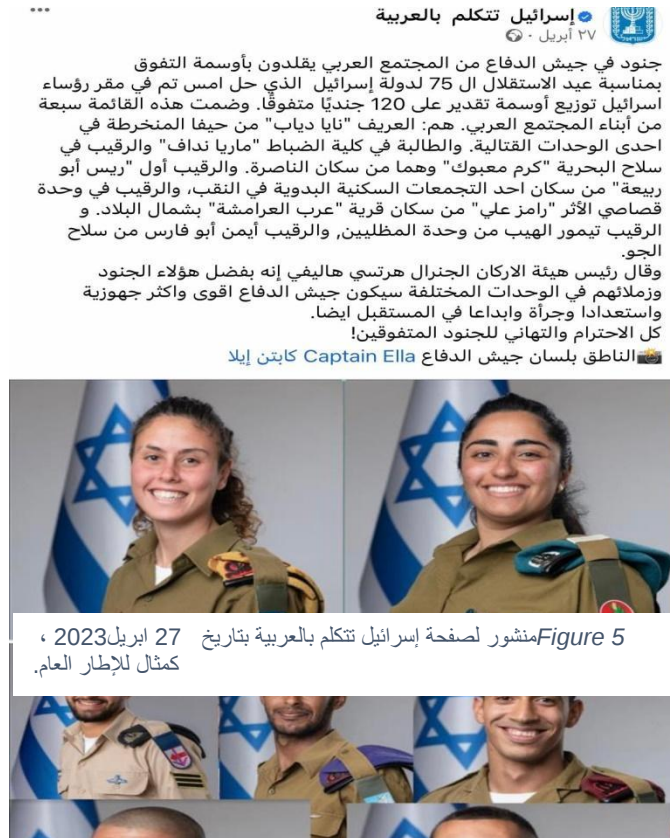


Figure 4 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 13 مارس 2023، كمثل لإطار الاهتمامات الإنسانية.



الإطار العام

فيما حل الإطار العام في عينة الدراسة بالمرتبة الرابعة بنسبة قدرها 12.5% من مجموع الأطر التي اعتمدت عليها الصفحة في منشوراتها. من خلال هذا الإطار حاولت الصفحة إظهار دولة الاحتلال بأنها دولة مسالمة لكسب ثقة الجمهور والتأثير على تصوراتها الذهنية حول دولة الاحتلال بشكل ايجابي، أنظر إلى شكل رقم (5)، ففي هذا المنشور تهدف الصفحة إلى تشجيع العرب إلى الانضمام إلى ما يسميه "جيش الدفاع" في دولة الاحتلال كما يهدف إلى إظهار صورة مسالمة عن هذا الجيش بأنه يضم وينضم إليه جنود من المسلمين، من خلال ذكره لعبارة "جنود من المجتمع العربي"، وذكر أسماء الجنود العرب نايا وكرم ورامز وغيرهم.



إطار المسؤولية

فيما حل إطار المسؤولية المرتبة الخامسة بنسبة وصلت إلى 11.6%، حيث أن صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية تستخدم إطار المسؤولية وذلك بسبب تناسب هذا الإطار مع سياسة دولة الاحتلال بتحميل الشعب الفلسطيني، وفصائل المقاومة الفلسطينية المختلفة مسؤولية الدمار والخراب والمشاكل التي يعاني منها الشباب الفلسطينيين المحرضين من قبل هذه الفصائل، وضياح مستقبلهم ومستقبل عائلاتهم، كما وتعمل على إظهار الجانب الإيجابي الكاذب لدور دولة الاحتلال ومسؤوليتها في حفظ الأمن والأمان، وتقديم التسهيلات والمساعدات المختلفة للشعب الفلسطيني.

أنظر الأشكال (6) و(7) و(8) قامت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بمشاركتها فيديو نشرته على الصفحة، واستخدمت من خلاله إطار المسؤولية من أجل إبراز صورة الشعب الفلسطيني ضمن إطار "المتطرفين والإرهابيين والمخربين والمخلفين بالنظام والخارجين عن القانون"، وإظهار هذا الشعب على أنه المحرض لافتعال المشاكل والمبادرة في الاعتداءات على مستوطني ويهود دولة الاحتلال، وأنه المسؤول عن تدمير نفسه بهذه الأفعال، ومحاولة تبرير اعتداءات جيش الاحتلال الاسرائيلي المستمرة على الشباب الفلسطينيين. بينما في الوقت نفسه تحاول صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية إبراز دولة الاحتلال على أنها المسؤولة عن الدفاع والنظام وحماية مواطنيها والمقدسات الدينية المختلفة، كما يعمل على تلميع صورة الاحتلال وقلب الحقائق والموازن.



Figure 8 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 7 ابريل 2023 ، كمثال لإطار المسؤولية.



Figure 7 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 7 ابريل 2023 ، كمثال لإطار المسؤولية.



Figure 6 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 7 ابريل 2023 ، كمثال لإطار المسؤولية.



انظر الشكل رقم (9) و(10) يحاول إظهار حرص الاحتلال الإسرائيلي على اتخاذ كافة الإجراءات لضمان احتقالات أمنة لمختلف الديانات بالإضافة الى إظهار مسؤوليتها بحفظ النظام وعدم سماحها بالاخلال به او تعطيل أجواء شهر رمضان المبارك، حيث تعمل صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على تأطير دولة الاحتلال الإسرائيلي في إطار المسؤولية عن الأمن والأمان ومنع الجريمة، وأنها تعمل على تقديم التسهيلات للشعب الفلسطيني خلال زيارتهم للأماكن الإسلامية المقدسة في القدس المحتلة

ويمكن الفهم من مشاركة الصفحة المنشور رقم (9)، حيث يحاول إبراز صورة جيش الاحتلال على أنه المسؤول عن حفظ الامن والاستقرار بالمنطقة وتكلفة بالسماح وحرية ممارسة مختلف الديانات، في المقابل انظر شكل رقم (11) فيديو نشرته قناة الجزيرة يقوم فيها جنود الاحتلال الإسرائيلي بتقييد حركة المسيحيين والاعتداء عليهم بالضرب في سبت النور ومنعهم من أداء شعائهم الدينية، حيث ان مثل هذه الاخبار تقوم لصفحة بالتعتيم عليها وإخفائها. وعند النظر إلى الشكل (10) فإننا نرى أنه يؤطر جيش الاحتلال الاسرائيلي في إطار المسؤول عن تقديم

التسهيلات للمصلين المسلمين من أجل الصلاة في المسجد الأقصى وحفظ حقهم بتأدية عبادتهم ومنحهم حرية العبادة التامة.

المحدث الرسمي باسم شرطة إسرائيل -الرائد وسيم بدر

شرطة إسرائيل: لن نسمح لأي أحد بالاخلال بالنظام في الحرم القدسي وتخريب وتعطيل أجواء شهر رمضان والأعياد

محاولة المئات من المخلين بالنظام ومدنسي المسجد، الذين تحصنوا في الحرم القدسي الليلة الماضية، لتدمير فرحة شهر رمضان وتعطيل روتين الصلاة والزيارات إلى الحرم القدسي - لم تنجح ولن تنجح. هذه المحاولة هي نتيجة التحريض المتزايد في الشبكات الاجتماعية، من بين أمور أخرى من قبل المنظمات الإرهابية. شرطة إسرائيل تؤكد، أنها لن تسمح بالفوضى والإخلال بالنظام أو العنف أو أي تغيير في الوضع القائم في الحرم القدسي والأماكن المقدسة. وبناءً على ذلك، تم إلقاء القبض واستجواب المشتبه بهم الذين كانوا يعتزمون أو دعوا لجلب الجدي في الأيام الأخيرة إلى الحرم القدسي الشريف. في وقت لاحق من تلك الليلة، تم إلقاء القبض على مئات المخلين بالنظام والعنيفين الذين تحصنوا في المسجد بطريقة عنيفة وأطلقوا الألعاب النارية والحجارة على أفراد الشرطة وألحقوا أضرارًا بالمكان.

منذ بداية شهر رمضان - أقيمت جميع الصلوات في الحرم القدسي كالمعتاد، وكذلك زيارات السياح والإسرائيليين إلى الحرم القدسي الشريف بما في ذلك في ساعات الصباح - وهذا يتوافق مع قواعد الزيارة المقبولة.

10Figure منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 5 أبريل 2023، كمثال لإطار المسؤولية.

بجمهورية كبير من المسلمين الذين يرغبون في الاحتفال والصلاة بأمان. سيشهد على ذلك مئات الآلاف من المسلمين الذين أتوا إلى الحرم القدسي منذ بداية شهر رمضان ، وتم منحهم حرية العبادة الكاملة. الهدوء يسود الآن في الحرم القدسي، وستواصل الشرطة العمل للحفاظ على الأمن والنظام ولن تسمح لأي شخص بتعطيل أجواء الشهر الفضيل والأعياد.

آلاف من المصلين يقيمون الصلاة بهدوء في #المسجد الأقصى هذا اليوم.

تتخذ #إسرائيل كافة الإجراءات اللازمة لضمان احتفالات آمنة للأيام الثلاثة.



9Figure منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 16 فبراير 2023، كمثال لإطار المسؤولية.



الاحتلال الإسرائيلي يعرقل وصول المصلين المسيحيين لكنيسة القيامة ويعتدي عليهم بالضرب

11Figure منشور لموقع الجزيرة بتاريخ 5 أبريل 2023 ، كمثال لإطار المسؤولية.



23/4/2022 - آخر تحديث: 24/4/2022 AM 12:55 (بتوقيت مكة المكرمة)

عرقلت إجراءات الاحتلال الإسرائيلي وصول المصلين المسيحيين إلى كنيسة القيامة للاحتفال بسبت النور لدى الطوائف المسيحية التي تسير وفق التقويم الشرقي.

إطار الصراع

وحل بالمرتبة السادسة في عينة الدراسة إطار الصراع بنسبة قدرها 11.1% من مجموع الأطر التي اعتمدتها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك، والهدف من ذلك هو تبيان حدة الصراع بين الاحتلال والشعب الفلسطيني، وكانت دائما ما توظر كل من يواجه الاحتلال، ويناضل ضد المستوطنين من الشعب الفلسطيني بأنهم "إرهابيون"، وكان ذلك واضحاً في

استخدام الصفحة لمصطلحات معينة لمن يفكر او يقوم بعمليات المقاومة التي يصفها الاحتلال "بالإرهابية" ، متجاهلة عما يفعله الاحتلال ضد الفلسطينيين من عمليات هدم وتكثيف وقتل واعتداء على أبناء الشعب الفلسطيني. أنظر إلى شكل رقم (12)، حيث يتبين من الفيديو كيف توظر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية من خلالها الفلسطينيين على أنهم مصدر للخراب والدمار ويستهدفون المواطنين الأبرياء الإسرائيليين وأطلقت على الفلسطينيين ب "إرهابيون ومتطرفون"، متغافلين ومعمتين أسباب رد فعل المقاومة عن اعتداءات الاحتلال الإسرائيلي على المصلين. ففي المقابل يوضح الشكل (13) الخبر الفلسطيني الذي يحاول الاحتلال تجاهله وإخفاؤه حيث يتناول اقتحام الاحتلال الإسرائيلي للمسجد وإحداث إصابات كبيرة في صفوف المصلين ناهيك عن اعتقال الشباب الفلسطينيين لأكثر من 400 معتقل في شهر رمضان الكريم، وبناءً عليه تم الرد من

المقاومة، حيث أنها توظّر الشعب الفلسطيني وفصائل المقاومة، التي تصفها "بالإرهاب والمحرّضة" بشكل متكرر في منشوراتها، على أنهم مصدرًا للخراب والدمار، وهذا يعد جزء مهم من الصراع بين دولة الاحتلال والشعب الفلسطيني المناضل.



انظر الى في الشكل رقم (14) يظهر فيه تركيز الاحتلال على نقل الصراع الإسرائيلي الفلسطيني وإبراز ذلك بمصطلحات "الإرهاب"، إذ إنها في هذا المنشور توظّر الصراع الدائم بين دولة الاحتلال والشبان الفلسطينيين، وتعمل على إظهار دولة الاحتلال أنها مسالمة وضد الإرهاب في كل مكان وزمان، وفي المقابل كما جاء في الشكل رقم (15) الذي حصل قبل أيام من عملية إطلاق النار على السيارة حيث قامت بتجاهل وإخفاء ما فعله الاحتلال الإسرائيلي في أول يوم من أيام شهر رمضان المبارك وذلك باغتيالهم للشهيد البطل امير أبو خديجة في مدينة طولكرم. كما ويظهر شكل رقم (16) اهتمام الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بإظهار مدى الصراع المتسبب من قبل الفلسطينيين على الاسرائيليين

عبر الأعوام.



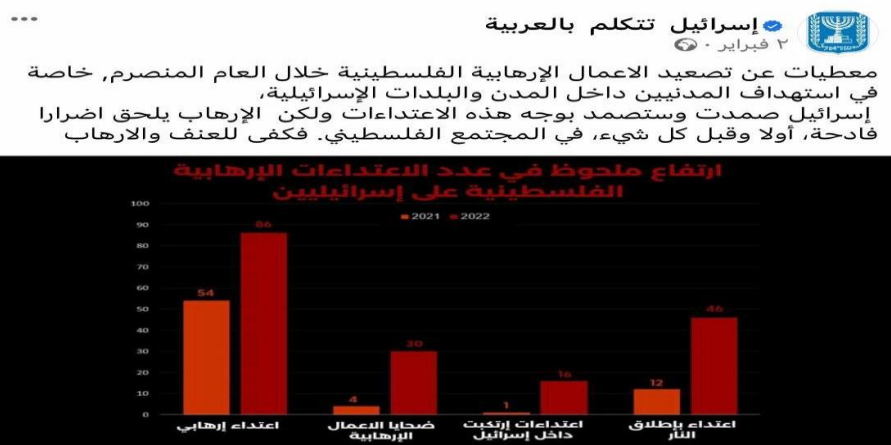
Figure 15 منشور لصفاة الشرق للاخبار فلسطين بتاريخ 23 مارس 2023 ، كمال لإطار الصراع.



Figure 14 منشور لصفاة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 7 ابريل 2023 ، كمال لإطار الصراع.



Figure 16 منشور لصفاة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 2 فبراير 2023، كمال لإطار الصراع.



إطار النتائج الاقتصادية

أما بالنسبة لإطار النتائج الاقتصادية لم تقم الصفحة باستخدامه كثيرا إذ حل بالمرتبة الأخيرة السابعة بنسبة 9.3%، وذلك لعدم إظهارها خسائر دولة الاحتلال اقتصاديا أمام الجمهور، وتبسيط همم الشعب الفلسطيني، وإيصال رسالة بأن كل ما يقومون به من مظاهرات وعمليات فدائية ومقاطعات للمنتجات الإسرائيلية لم تترك أي أثر سلبي على اقتصاد دولة الاحتلال، وبهذا تعمل على إخفاء جزء كبير من هذا الإطار من بين الأطر وذلك للحفاظ على الصورة الإيجابية التي تعمل الصفحة جاهدة على رسمها حول دولة الاحتلال في عقول الجماهير. كما تقوم الصفحة بالتركيز فقط على النجاح الاقتصادي الإسرائيلي في هذا المجال، انظر الشكل رقم (17) الذي يبين زيادة نسبة النمو الاقتصادي لإسرائيل مقارنة مع الدول القوية الأخرى وهذا للتأثير على العقول العربية بكونها دولة ناشئة ناجحة مزدهرة بمختلف المجالات، وانظر الى الشكل رقم (18) الذي يبين كيف تستخدم الصفحة هذا الإطار في سبيل التأثير بالدول العربية من أجل الحصول على اتفاقيات وأعمال مشتركة معهم بهذا المجال حيث

ركزت على الاتفاقية الموقعة مع دولة الإمارات وهذه رسالة الى بقية الدول العربية على الحاق والسير بنهج دولة الإمارات في سبيل تحقيق المصالح المشتركة. وهذا أيضا ما يشير اليه منشور رقم (19) بيان الإنجازات الاقتصادية والتجارية وزيادة حجم التبادل التجاري بين إسرائيل ودول الشرق الأوسط وبالتالي تشجيعهم على التطبيع أيضا.

إسرائيل تتكلم بالعربية
26 مارس ٢٠٢٣
مستثمرون في صنع التاريخ - توقيع اتفاق منطقة تجارة حرة مع دولة الامارات العربية المتحدة
وزير الخارجية إيلي كوهين: " قمت اليوم مع رئيس الوزراء بنيامين نتنياهو و Benjamin Netanyahu - بنيامين نتنياهو مع سفير دولة الامارات لدى إسرائيل U.A.E Embassy in Tel Aviv محمد محمود ال خاجة بتوقيع اتفاق جمركي يجعل اتفاق منطقة التجارة الحرة بين البلدين ساري المفعول. وسيؤدي هذا الاتفاق الى تخفيض الرسوم الجمركية على 96% من المنتجات المستوردة مما سيخفض بدوره مؤشرات المعيشة ويخلق فرص عمل جديدة في إسرائيل.
هذا الاتفاق يشكل بشري خير هامة بالنسبة للاقتصاد الإسرائيلي ودليلا آخر على أهمية اتفاقيات إبراهيم التي تم إنجازها بقيادة رئيس الوزراء نتنياهو. إسرائيل ستواصل العمل على توسيع رقعة اتفاقيات إبراهيم وتعزيز مكانتها كدولة عظمى إقليمية".
تصوير: اليكس ري مكتب الصحافة الحكومي

18 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 26 مارس 2023، كمثال للإطار الاقتصادي.



بنك إسرائيل ووزارة المالية. وقد حلت إسرائيل في المرتبة الثانية عالميا بعد إيرلندا من حيث نمو الناتج المحلي الإجمالي الذي بلغ 4.4% خلال هذه الفترة .
المعطيات: دائرة الاحصاء المركزية

إسرائيل في المرتبة الثانية عالمياً من حيث نسبة النمو الاقتصادي للعام 2022

19 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 28 مارس 2023، كمثال للإطار الاقتصادي.



العموميات البراقة (Glittering Generalities):

كانت نسبة استخدام العموميات البراقة في منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك هي أعلى نسبة حيث تكررت 43 مرة ونسبة قدرها 17.9% من إجمالي التقنيات المستخدمة في عينة الدراسة، حيث استخدمت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية هذه التقنية لتحسين صورة دولة الاحتلال الإسرائيلي لدى الجماهير العربية وإظهار النوايا الحسنة لديها، وذلك باستخدام العبارات البراقة مثل التسامح، التعايش، الخير، البركة، الحرية، العدالة، الإنسانية، الاحترام، التقدير، الإيمان، امن، الفخر، شامخة، المجد، الرحمة، عزيمة، إرادة، استقرار، خير، بركة، وغيرها من المصطلحات الداقة التي لا تحما، معند، معينا، ولكن لها تأثير قوي على تقبل الجمهور للأفكار. أنظر الأشكال (20) و(21).

إسرائيل تتكلم بالعربية

إسرائيل تتكلم بالعربية
24 Apr ٢٠٢٣

في مثل هذا اليوم كلنا إسرائيل
كلنا في خدمة الوطن
كلنا قدمنا التضحيات
وكلنا اخوة في الحفاظ على هذا الوطن.
@Rami Cohen



إسرائيل تتكلم بالعربية
21 مارس ٢٠٢٣

مع أطلالة الربيع وانطلاق الاحتفالات بنوروز نقدم بأحر التهاني للعراقيين على اختلاف عقائدهم وأعراقهم بالخير والبركة في ظل التعايش والتسامح داعين ان يبقى العراق للعراقيين



من الفترات التي تقرب بين أبناء الديانات الثلاث
أعياد مباركة في أجواء من التسامح والتعايش



ففي هذه المنشورات تحاول صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية أن تصور دولة الاحتلال في أجمل صورة، مشيراً إلى المبادئ "الكاذبة" التي يسبغون على نهجها. انظر الشكل رقم (22) حيث يؤكد على تجذر دولة الاحتلال مستخدماً جملاً مثل "كلنا اخوة للحفاظ على هذا الوطن" و"كلنا في خدمة الوطن"، حيث ركزت على كلمة "الوطن" لترسيخ فكرة الوطن القومي اليهودي في عقول الجماهير والعمل على إقناعهم بفكرة تقبل وجوده والاعتراف به كدولة ووطن على الأراضي الفلسطينية المحتلة.

النقل (Transfer):

بلغت نسبة تقنية النقل في منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بنسبة قدرها 15.8% من إجمالي التقنيات المستخدمة في عينة الدراسة، حيث تكررت 38 مرة، حيث استغلت الصفحة للنصوص من الدين الإسلامي من خلال اقتباسها آيات قرآنية وتوظيفها خارج سياقها الأصلي في محاولة لتأطير المقاومة على أنها محرمة ورسم صورة الفلسطيني على أنه ظالم ومجحف في أفعاله مع شعب وجنود دولة الاحتلال، كما واستغلت الآيات القرآنية لبيان مدى الإنسانية والتعاطف عند الشعب الإسرائيلي وخاصة الأطباء تجاه فلسطيني غزة حيث يقدمون لهم المساعدة والعلاج اللازم، كما استعانت الصفحة بسورة من القرآن الكريم للتأثير في تصورات الجمهور العربي المسلم وتحسين الصورة الذهنية عن الاحتلال الإسرائيلي لديهم. انظر الشكل رقم (23) و(24). كما استخدمت الصفحة فيديو مظاهرة تضامنية مع اليهود في ذكرى المحرقة النازية، حيث ركزت الصفحة على اظهار شابة مسلمة مشاركة بالمظاهرة التضامنية وهي ترتدي الحجاب حيث تم التركيز ع الحجاب وذلك للتقرب والتأثير على جمهور العربي لاستعمالهم والتأثير على تصوراتهم، انظر الشكل رقم (25).



25Figure منشور لصفحة إسرائيل تتكلم
بالعربية بتاريخ 31 يناير 2023 ، كمثال لتقنية



24Figure منشور لصفحة إسرائيل تتكلم
بالعربية بتاريخ 28 مارس 2023 ، كمثال لتقنية



التسمية السلبية (Name Calling):

حلت تقنية التسمية السلبية في المركز الثالث، وتكررت 37 مرة بنسبة قدرها 15.4% من مجموع التقنيات الدعائية التي استخدمتها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في عينة الدراسة. وفي هذه التقنية هاجمت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية الفلسطينيين الذين يدافعون عن أنفسهم ضد اعتداءات

واقحامات جنود الاحتلال الإسرائيلي للمسجد الأقصى المبارك ومنع المصلين من الصلاة فيه، حيث قامت ووصفهم "بالإرهابيين" و"البطحية" وغيرها من الألفاظ السلبية لمجرد دفاعهم عن أنفسهم الإعلام الإسرائيلي هنا يظهر ردة الفعل الفلسطيني كفعل ويعتم على ما يقوم به لقلب الحقائق ويظهر بصورة سلبية وخاصة في شهر رمضان المبارك بدلا من الصلاة والتقرب والسلام بنظرهم، انظر الشكل (26) و(27).

كما وهاجمت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية المقاومة الفلسطينية حيث استخدمت كاركثير يظهر فيه مختلف الشخصيات التي تنتسب لمختلف الفصائل وأشد أعداء إسرائيل كإيران وحزب الله وجمعت كاركثير الرجل المقاوم المثلث تحت شعار المقاومة حماس، حيث استخدمت الصفحة هذه التقنية تشويه صورة الفلسطينيين وفصائل المقاومة وتأطيرها في إطار "الإرهاب" لتبرير الاعتداءات الوحشية لجيش الاحتلال على الفلسطينيين،

انظر الشكل رقم (28).



جاءت تقنية البطاقة الراحبة في المرتبة الرابعة من مجموع التقنيات الدعائية المستخدمة في منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، حيث تكررت 33 مرة بنسبة قدرها 13.7% من مجموع التقنيات الدعائية التي استخدمتها الصفحة في عينة البحث المكونة من 210 منشوراً. ان ظهور البطاقة الراحبة في هذه النسبة من المنشورات يدل على أن منشورات الصفحة تصاغ بطريقة أنصاف الحقائق والمعلومات غير حقيقية وكاذبة، بهدف إظهار وإقناع الجماهير بأحقية وشرعية المستوطنين الإسرائيليين بأن تكون لهم دولة في الوطن العربي بالاعتماد على حجج واهية، ومحاولة تبرير اعتداءات جيش الاحتلال على الفلسطينيين وقتلهم، ومحاولة اظهار الاسرائيليين على أنهم مساكين وأنهم جزء أصيل من الوطن العربي.

ففي الشكل رقم (29) و (30) يظهر المنشور والفيديو ما يدعيه جيش الاحتلال الإسرائيلي من دوره في حفظ الأمن والسلام في الحرم الشريف، وأن إسرائيل ملتزمة في صون حرية العباد وأنها تحافظ على الوضع الراهن بالمسجد الأقصى ولن تسمح للفلسطينيين الذين أطلقت عليهم تسمية سلمية حيث دعتهم ب"المتطرفين" و"المشاغبين" و"مثيري الشغب"، الذين يمنعون المصلين المسلمين من الدخول والصلاة بالمسجد الأقصى وانهم السبب بإخلال النظام في الأقصى حيث يحملهم الاحتلال الإسرائيلي المسؤولية الكاملة لما يحدث.

...

إسرائيل تتكلم بالعربية
7 أبريل 2023

بيان صادر عن المتحدث الرسمي باسم شرطة إسرائيل للإعلام العربي:

هذا الصباح بعد صلاة الفجر في الحرم القدسي، بدأ المئات يرددون نداءات تحريضية، وفي وقت معين بدأ عدد من المشتبهين الملتئمين بإلقاء الحجارة باتجاه باب المغاربة بالقرب من الحائط المبكى.

كادت إحدى الحجارة التي ألقيت على يد المشاغبين أن تصيب امرأة مسلمة كانت تمشي في المنطقة فسقطت نتيجة لذلك.

في أعقاب رشق الحجارة، دخلت قوة من الشرطة من باب المغاربة على بعد أمتار قليلة، وقبل استخدام أي وسيلة، تفرق المشاغبين.

المكان هادئاً في الساعة الأخيرة.

30Figure منشور لصحبة إسرائيل تتكلم بالعربية
بتاريخ 7 أبريل 2023 ، كمثل لتقنية البطاقة الرابعة.
في هذا الفيديو. الان سيخون من المتبر للاهتمام معرفه ما إذا كنا نرى إصابات حول هذا الموضوع من جميع أنحاء العالم.



سطية
بشهر
بإخف
الشك
إثليل
م اما

وبعد أن باءت محاولات التحاور من قبل السلطات بالفشل ورفض المتطرفين إتاحة دخول المصلين المسلمين إلى المسجد بل وشكلوا تهديداً على أداء صلوات العصر اليوم، اضطرت أجهزة الأمن للتصرف في سبيل إعادة بسط النظام.

إن إسرائيل ملتزمة بصون حرية العبادة، وإتاحة الوصول الحر لأبناء كافة الأديان والحفاظ على الوضع الراهن في الحرم الشريف، ولن تسمح للمتطرفين العنيفين بتغيير ذلك.

الصفحة واستخدامها لأصناف الحقائق من أجل تشويه صورة الفلسطينيين، والتأثير على تصورات الجماهير لصالح دولة الاحتلال، وخاصة أولئك الذين لا يتابعون نشرات الأخبار التي تبث الأخبار الكاملة.

البث الحي

اقتحام الأقصى.. الاحتلال يعتدي على المعتكفين ويعتقل المئات
وزيران إسرائيليان يدعوان للتصعيد



32Figure منشور لموقع الجزيرة بتاريخ 5 أبريل 2023، كمثل لتقنية البطاقة الرابعة.

مكة المكرمة

اقتحمت قوات الاحتلال الإسرائيلي فجر اليوم الأربعاء المسجد الأقصى واعتدت على المعتكفين داخله واعتقلت المئات منهم،

...

إسرائيل تتكلم بالعربية
5 أبريل 2023

هكذا يدنس المثلثون البلطجية قدسية شهر رمضان والمسجد الأقصى ويمنعون المصلين بضمنهم النساء والشيوخ من المغادرة

سبحان الله، هل هذه الأدوات الهدامة لها علاقة بطقوس العبادة في شهر رمضان الكريم، شهر طلب الرحمة والمغفرة من الباري عز وجل، ما يدفع بالمصلين إلى حملها للمسجد الأقصى؟ كيف كنت سترد على هذا المشهد إذا كان في المسجد الذي تصلي فيه؟



حلت تقنية العربية أو اللحاق بالركب في المركز الخامس بنسبة قدرها 14.5%، من مجموع التقنيات الدعائية التي استخدمتها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في عينة الدراسة، انظر الشكل رقم (33) حيث استخدمت الصفحة هذه التقنية لتظهر للجمهور أن هناك اقبال على الانضمام لجيش الاحتلال الإسرائيلي من مختلف الديانات كما تبين وجود مواطنين عرب مصطفى وشقيقه الذي أراد ان يحذو حذو أخيه ويخدم في صفوف جيش الاحتلال الإسرائيلي، وتهدف الصفحة لاستخدام هذه التقنية من أجل العمل على إلغاء فكرة أن دولة الاحتلال هي دولة يهودية بحتة وإنما هي دولة تضم جميع الديانات وبعيدة عن التحيز والعنصرية لدين او جماعة معينة، الهدف من مثل هذه المنشورات هي دعوة واضحة وصريحة للإقبال على تقبل فكرة الانتساب إلى جيش دولة الاحتلال والانخراط بهم، واللاحق بمن سبقوهم من أبناء الجاليات الدينية الأخرى في الانضمام إلى جيش الاحتلال واتباع التيار .



33Figure منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 24 ابريل 2023 ، كمثال لتقنية العربية.

كما استخدمت الصفحة تقنية العربية في منشوراتها في عينة البحث من أجل الحث على تقبل فكرة وجود دولة الاحتلال الإسرائيلي، والادعاء أن أغلبية أبناء الشعب الفلسطيني والعرب يرحبون بوجود دولة الاحتلال ومتضامنين معهم في مختلف المناسبات او الكوارث التي تعرض لها اليهود، انظر الشكل رقم (34) حيث ركزت الصفحة بمنشور الفيديو على إبراز فتاة مسلمة عربية تصرح بانها متضامنة مع الشعب اليهودي في ذكرى الهولوكوست ولكن لا يوجد هناك ما يؤكد على ان هؤلاء المتضامنين هم عرب لأن الإعلام الإسرائيلي هو اعلام مزيف وكاذب ولا يستند دائما على حقائق. حيث تدعو الصفحة من خلال هذه التقنية إلى الانضمام إلى البقية والتعايش مع وجود دولة الاحتلال وتقبلها، والتوقف عن معاداتها.



عامّة الناس (Plain folks):

حلت تقنية عامة الناس في المرتبة السادسة حيث تكررت 28 مرة بنسبة 11.6% من مجموع التقنيات الدعائية التي استخدمتها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في عينة البحث، إذ قامت الصفحة باستخدام هذه التقنية لإقناع الجمهور العربي بأنه وجيش الاحتلال مقربين من أبناء الشعب الفلسطيني، وأنهم "منهم"، أنظر الشكل (35) حيث يظهر إسرائيلي في الفيديو متجولاً بين الفلسطينيين في باحات المسجد الأقصى، مباركاً لهم بشهر رمضان، متظاهراً بالمحبة والمودة ويسأل الزوار عن الأجواء الرمضانية لهذا العام وكل هذا للتظاهر بالانخراط في المجتمع الفلسطيني. كما أن استخدام الإسرائيلي للغة العربية في تواصله مع الفلسطينيين والزوار العرب بعد ذاتها تحويل للحقائق والتظاهر بالقرب والتعاون مع الشعب الفلسطيني.



التوصية/ التزكية (Testimonial):

حلت تقنية التوصية في المركز الأخير وتكررت 26 مرة بنسبة قدرها 10.8% من مجموع تقنيات الدعاية التي استخدمتها الصفحة في عينة البحث، إذ قامت باستخدام التزكية لكسب تأييد الجمهور العربي والتأثير عليه. انظر الشكل (36) حيث استخدمت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية التزكية الإيجابية، بإظهار البروفيسور المصري "كمال عبد المالك" في فيديو نشرته على صفحتها حيث سعت لإظهار أن دولة الاحتلال هي دولة مسالمة، ومحبة للتعايش والسلام، وأن دولة الاحتلال محبة للسلام وهي بلد التعايش وأنها على استعداد لاستقبال الزوار، كما حاول البروفيسور وبصورة واضحة تشجيع الدول العربية وكل مواطن عربي على التطبيع مع دولة الاحتلال، وتقبل التعايش مع وجودهم قائلاً "إن اليهود ليسوا أعداءنا"، وهذا ما تسعى الصفحة الى ابرازه للجمهور المتابع للتأثير في تصوراتهم والتشجيع على التطبيع وترسيخ الصورة الإيجابية عن إسرائيل.



Figure 36 منشور لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 23 يناير 2023 ، كمثل لتقنية التوصية.

الاستنتاجات

مما سبق يمكن استنتاج الآتي:

- عملت الدعاية الإسرائيلية لدولة الاحتلال على تعزيز صورة المساواة بين المواطنين الفلسطينيين والإسرائيليين من خلال إظهار الصورة الحسنة الكاذبة لدولة الاحتلال، التي تظهرها كدولة حاضنة للديانات المختلفة، اليهودية والمسيحية والاسلامية، وتكفل لهم حرية الدين والمعتقد والعبادة.

- تعمل التقنيات الدعائية على دعم الأطر التي يحاول القائم بالاتصال تعزيزها في أذهان الجمهور .
- استند الخطاب الإسرائيلي الإعلامي لدولة الاحتلال، إلى الترويج الدائم بأن دولة الاحتلال دولة تواجه "الإرهابيين والمخربين الفلسطينيين"، فأظهروا في دور الضحية المعتدى عليها من قبل "الإرهابيين"، من أجل تبرير جرائم الحرب التي يرتكبوها بحق الشعب الفلسطيني المقاوم.
- سعى الخطاب الدعائي الإسرائيلي لدولة الاحتلال إلى العمل على نزع الصفة الإسلامية عن المقاومين الفلسطينيين والتابعين لفصائل المقاومة المختلفة، وإظهارهم في مظهر "الإرهابيين والمخربين المخالفين لتعاليم الإسلام ومنهجه"، والإدعاء دوماً أن سلوكهم يتنافى مع القيم والمبادئ الإسلامية.
- يختلف استخدام التقنيات الدعائية حسب الهدف الذي يسعى القائم بالاتصال لتعزيزه.

التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة توصي الباحثة بالتالي:

- إنشاء صفحات سياسية، تظهر الفشل العسكري والأمني والاقتصادي لدولة الاحتلال على كافة مواقع التواصل الاجتماعي.
- العمل على مزاحمة الصفحات الإسرائيلية التابعة لدولة الاحتلال على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تكوين فريق إعلامي متخصص يجيد اللغات الأساسية المختلفة بالإنجليزية والفرنسية، لبيان زيف الدعاية الإسرائيلية.
- العمل على إبراز مادة إعلامية فلسطينية لدحض أكاذيب دولة الاحتلال و تبريراتهم للاستخدام المفرط للقوة ضد الشعب الفلسطيني، وإبراز الوثائق والإحصائيات التي تقوم بها منظمات دولية من أجل فضح جرائم الاحتلال الإسرائيلي واستهدافه للمدنيين في كل الحروب.
- توصي الباحثة بضرورة القيام بأبحاث علمية مشابهة لموضوع الدراسة الحالية عن الصفحات الإسرائيلية على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي، والعمل على فضح أكاذيبهم .

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع العربية

1. إبراهيم، أحمد (2002). الأطر الخبرية للانتفاضة الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية.
2. الحديدي، فضل (2006). نظريات الإعلام اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام دمياط: مكتبة نانسي.
3. الدليمي، ع. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. دار البيازوري للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
4. الكوع، م. مصلح، س. عوض، د. (2022). توظيف ضاحي خلفان لتويتر تجاه اتفاقية التطبيع الإسرائيلية-الإماراتية وتأثيره على الجمهور. مجلة فلسطين لأبحاث الأمن القومي. 1(2)، 91-121.
5. المصدر، حيدر (2016). أساليب الدعاية في الصحف المصرية الإلكترونية تجاه حركة حماس دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير. غزة: الجامعة الإسلامية.
6. الانصاري، مصطفى. (2021). مباني الفكر الإنساني.

7. انظر موقع صحيفة الرأي، "الاحتلال الاسرائيلي"، تم الاطلاع عليه في 14/4/2023، رابط الموقع: <https://2u.pw/plqFyZ>

8. انظر موقع مكتبة النور، "الدعاية"، تم الاطلاع عليه في 19/4/2023، رابط الموقع: <https://2u.pw/BpgXEa>

9. انظر موقع ميم للاعمال، "الجمهور"، تم الاطلاع عليه في 14/4/2023، رابط الموقع: <https://2u.pw/ryaNGB>

10. آل بهيش، رجاء (2013). التعميمات البراقة في الخطاب الدعائي: دراسة سيميائية. العراق: مجلة أبحاث العلوم السياسية. تم الاسترداد من <https://2u.pw/M0CiIM>
11. حاتم، محمد (1993). الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية القاهرة، مصر : الهيئة المصرية العامة.
12. حسن، خالد (2001). دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، مصر .
13. خرابشة، م. (2018). الإطار الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيس بوك دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم "الجيش الإسرائيلي"، [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
14. عبد الحميد، محمد (2009). تحليل المحتوى في بحوث الاعلام. بيروت: دار الشروق.
15. عبد العال، ه. (2017). تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية. العربي للنشر والتوزيع.
16. عجوة، علي. (2003). العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، مكتبة شارع عبد الخالق ثروت.
17. عبيدات، ذ، عدس، ع، وعبد الحق، ك. (2004). البحث العلمي مفهومه أدواته وأساليبه. دار الفكر العربي.
18. عبد العال، هالة. (2017). تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية. العربي للنشر والتوزيع.
19. مصطفى، هبة. (2021). توظيف إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية للتأثير في المجتمع الفلسطيني دراسة حالة: صفحة المنسق على الفيسبوك، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
20. يونس، م. عبد الغفار، م. (2020). سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق "تيك توك": دراسة مقارنة بين المنصات العربية والأجنبية. جامعة الأزهر، القاهرة.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Abu Mualla, S. (2017). *Palestinian - Israeli Cyber Conflict: An Analytical Study of the Israeli Propaganda on Facebook Adrael's page as an example*. **Journal of the Arab American University**, Vol.3, No.2.
2. Baran, Enrique (2006). *Vibrational spectra of three new diarsenates containing scandium (III)*. **Journal of Wiley Analytical Science**, Vol.37, No 13.
3. Copeland, G., & Cartee, K. (2004). *Strategic Political Communication: Rethinking Social Influence, Persuasion, and Propaganda*. New York: Rowman & Littlefield.
4. Farris, Caroline. (2020). **Organized Propaganda or Disorganized Chaos? A Case Study of the Canadian Energy Centre and its Online Communications**. Faculty of Arts University of Alberta.
5. Heemsbergen, L. J. & Lindgren, S. (2014). *The power of precision air strikes and social media feeds in the 2012 Israel-Hamas conflict: 'targeting transparency'*. **Australian Journal of International Affairs**, 68(5), 569-591.
6. Jowett, G, O'Donnell. V (2014). **Propaganda and Persuasion Fifth Edition**. SAGE Publications, Los Angeles.
7. Kerner, S. (2021). *Facebook*. Retrieved from <https://2u.pw/G6lxOR>
8. Koa, M. (2021). *Communication Strategies of Winning Hearts and Minds: The Case of the Muslim Brotherhood's Political Communication Campaign Post Morsi's*.

9. Koa, Moeen. (2018). *Techniques of Strategic Political Communication: The Egyptian Muslim Brotherhood's Persuasive Devices*. **International Journal of Strategic Communication**, VOL. 12, NO.5, 571–598.
10. Mohita, Negi. (2019). *Propaganda: 7 Most Important Technique of Propaganda*.
11. Qualter. T. (1962). *Propaganda and Psychological Warfare*. New York, NY: Random House.
12. Your Article Library Website. *Downfall*. **International Journal of Strategic Communication**, 17(1), 87-120.