

مجلة

مجلة العلاقات العامة

Journal of PR research
Middle East

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ م = ١,٥٦٩ معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧
معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٤ م = ١.٧٥ Q1

لورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثالثة عشرة - العدد الخامس والخمسون - يناير/ مارس ٢٠٢٥ م

بحوث باللغة العربية:

- أثر استخدام أخصائي الإعلام التربوي لتقنية الواقع المعزز على الإدراك البصري للرسالة الإعلامية لدى ذوي الهمم
أ.م.د. دينا محمد محمود عساف (جامعة بورسعيد) ... ص ٩
- تأثير وسائل الإعلام على الوعي البيئي والسلوكيات البيئية لدى الجمهور المصري: دراسة ميدانية
د. عبير عبد الحميد سالم (جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA) ... ص ٤٣
- علاقة الأحداث الخاصة بإدراك أبعاد الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية في ظل رؤية ٢٠٣٠:
دراسة حالة لاستضافة مدينة "الرياض" لمعرض إكسبو العالمي
د. مصعب بن فالح الحربي (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ٩٣
- آليات توظيف الدبلوماسية الإسرائيلية في تحسين الصورة الذهنية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤ م:
دراسة تحليلية لصفحة إسرائيل تتكلم العربية على الفيسبوك
د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول (جامعة الأزهر) ... ص ١٣٣
- المعايير الانتقائية المؤثرة على الاستماع "للبودكاست" وعلاقتها بتدعيم الهوية الاجتماعية للشباب في العصر الرقمي:
في إطار مدخل البنائية الوظيفية
د. سمر إبراهيم أحمد عثمان (جامعة بورسعيد)
د. مريم يوسف محمد رخا (جامعة بورسعيد) ... ص ٢٢١
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطوير أساليب العمل في أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات التقنية السعودية:
دراسة مسحية
محمد بن عبد العزيز الداود (جامعة الملك سعود) ... ص ٣٠٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة EPRA

بمصر من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٥ APRA @

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد وحاليًا رئيس قسم الإعلام الرقمي بجامعة النور في نينوى / العراق

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنبات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال
جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام والعلاقات العامة بكلية ليوا - أبوظبي

أ.د. خلود بنت عبد الله ملياتي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. طارق محمد الصعيدي (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epa.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr@epa.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة م فهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
- والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.
- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
 - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
 - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
 - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
 - تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
 - تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية . الإنجليزية . الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢،٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنت (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريون والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنهماً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريون ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريون ١٨٠ \$.
- على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريون ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها أربعة وخمسون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٤م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، بمعامل تأثير = ١,٧٥، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١,٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - إثناء للعلوم والثقافة - معرفة - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الخامس والخمسين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين والباحثين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا من جامعة بورسعيد قَدَّمته: أ.م.د. دينا محمد محمود عساف، من مصر، بعنوان: "أثر استخدام أخصائي الإعلام التربوي لتقنية الواقع المعزز على الإدراك البصري للرسالة الإعلامية لدى ذوي الهمم".

ومن جامعة أكتوبر الحديثة للعلوم والآداب قَدَّمت د. عيبر عبد الحميد سالم، من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "تأثير وسائل الإعلام على الوعي البيئي والسلوكيات البيئية لدى الجمهور المصري".

وقدَّم د. مصعب بن فالح الحربي من جامعة الملك عبد العزيز، من السعودية، دراسة بعنوان: "علاقة الأحداث الخاصة بإدراك أبعاد الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية في ظل رؤية ٢٠٣٠:

دراسة حالة لاستضافة مدينة "الرياض" لمعرض إكسبو العالمي".

وقدَّمت: د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول، من جامعة الأزهر، من مصر، دراسة بعنوان: "آليات توظيف الدبلوماسية الإسرائيلية في تحسين الصورة الذهنية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م:

دراسة تحليلية لصفحة إسرائيل تتكلم العربية على الفيسبوك".

ونجد بحثًا مشتركًا من جامعة بورسعيد، قدّمناه كل من: د. سمر أحمد عثمان، من مصر، د. مريم محمد يوسف رخا، من مصر، بعنوان: "المعايير الانتقائية المؤثرة على الاستماع "للبودكاست" وعلاقتها بتدعيم الهوية الاجتماعية للشباب في العصر الرقمي: في إطار مدخل البنائية الوظيفية". وأخيرًا قدّم: محمد بن عبد العزيز الداود، من جامعة الملك سعود، من السعودية، دراسة مسحية بعنوان: "تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطوير أساليب العمل في أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات التقنية السعودية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**آليات توظيف الدبلوماسية الإسرائيلية في تحسين الصورة الذهنية
خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م: دراسة تحليلية لصفحة إسرائيل تتكلم
العربية على الفيسبوك (*)**

إعداد

د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٠٧ فبراير ٢٠٢٥م، وقُبل للنشر في ٢٥ مارس ٢٠٢٥م.
(**) مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان في كلية الإعلام بنات - جامعة الأزهر.

آليات توظيف الدبلوماسية الإسرائيلية في تحسين الصورة الذهنية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م: دراسة تحليلية لصفحة إسرائيل تتكلم العربية على الفيسبوك

د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول
Monaabdelrasl2744.el@azhar.edu.eg
جامعة الأزهر

ملخص:

استهدفت الدراسة الكشف عن آليات توظيف الدبلوماسية في تحسين صورة إسرائيل الذهنية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م، بهدف الوقوف على أساليب الإقناع الدبلوماسي، ومعرفة أهم الاستراتيجيات والتقنيات المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية، وكيفية توظيفها في سياق الحرب على غزة، واعتمدت الدراسة على نظرية "إصلاح الصورة الذهنية" كإطار نظري لها، وخلصت إلى عدة نتائج، أهمها: تصدر "إرهاب حماس" مقدمة الموضوعات التي نالت اهتماماً كبيراً من الصفحة محل الدراسة بنسبة بلغت ١٨.١٠%، كما اعتمدت الدبلوماسية الإسرائيلية على مصادرها الداخلية لبناء خطابها الإعلامي، وخلصت إلى أن الاستراتيجية الأكثر استخداماً خلال فترة الدراسة كانت استراتيجية التقليل من عدائية الحدث بنسبة ٦٧.٣٨%، كما أثبتت الدراسة بأن تكتيك "التعزيز والتدعيم" جاء في مقدمة التقنيات الأكثر استخداماً من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية بنسبة بلغت ٣٧.٨٢%، في حين احتل تكتيك "تحويل اللوم" كأحد تقنيات استراتيجية الإنكار الترتيب الأول بنسبة ١٧.٣١%، وأكدت الدراسة أن الصفحة تقننت في قلب الحقائق معتمدة بشكل رئيسي على تكتيك "التبرير" بنسبة ٤.٥٣%، كأحد تقنيات استراتيجية التهرب من المسؤولية.

الكلمات المفتاحية: الدبلوماسية الإسرائيلية، وزارة الخارجية الإسرائيلية، صورة إسرائيل، الحرب على غزة ٢٠٢٤م، تحسين الصورة عبر الفيس بوك، تشويه صورة الدولة، نموذج إصلاح الصورة، صفحة إسرائيل تتكلم العربية.

مقدمة:

تعدّ الدبلوماسية من أهم المجالات الحديثة التي تستخدمها الدول في إدارة تفاعلاتها الخارجية، ومن أهم الوسائل الفعّالة في حل الصراعات والأزمات الدولية وإدارتها من خلال توظيفها بفاعلية عن طريق الأجهزة الرسمية الدولية، من أجل تنفيذ خطة الدول لتعزيز صورتها وبناء رأي عام مؤيد لسياساتها. ومع تطور التكنولوجيا الرقمية وظهور العديد من الوسائل الإلكترونية، وفي مقدمتها منصات التواصل الاجتماعي، والتي تعد إحدى منصات التعبير عن الرأي، وطريقاً للتواصل بين الحكومة والشعوب، وإحدى أدوات تشكيل الصورة الذهنية وتكوين الرأي العام، وباتت سلاحاً حديثاً يستخدمه

الساسة، وتلجأ إليه الحكومات والدول في إدارة صراعاتها الداخلية والخارجية، ومن ثم أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة فاعلة في أدوات السياسة الخارجية للدول. وتعتبر إسرائيل من أوائل الدول التي استخدمت أدوات الدبلوماسية في تحقيق أهدافها الخارجية فيما يتعلق بتحسين صورتها المتصلة بالعنف والدموية والتدمير السياسي، والعمل على استبدال هذه الصورة بصورة الدولة الديمقراطية للحصول على تأييد الشعوب وخاصة العربية^(١)، فمنذ عام ٢٠١١م، دشنت وزارة الخارجية الإسرائيلية عددًا من الصفحات الناطقة باللغة العربية على شبكات التواصل الاجتماعي، كمحاولة منها لتسويق صورتها وإظهارها بشكل إيجابي من خلال الترويج للأفكار والمعتقدات الإسرائيلية، والتحدث إلى الجماهير العربية، والتفاعل معها، وتهيئتها لتقبل سلوكها السياسي والعسكري على أرض الواقع، حيث تعاني إسرائيل من أزمة طويلة المدى في صورتها الدولية، الصورة التي ارتبطت غالبًا بالصراع والعنف، تعود بدايتها منذ بدء احتلالها لأرض فلسطين وإقامة دولتها المزعومة في ١٩٤٨م، واستكمال حلقاتها بالسيطرة على بقية الأراضي في القدس والضفة الغربية وقطاع غزة عام ١٩٦٧م، مرورًا بكثير من المواقف والأحداث والمستجدات في تاريخ هذا الصراع الطويل والمستمر^(٢)، وعلى مدار تلك العقود تواصل قوات الاحتلال الإسرائيلي قمعها للشعب الفلسطيني، وارتكاب أشنع الجرائم والانتهاكات، حتى جاءت أحداث السابع من أكتوبر ٢٠٢٣م، والتي شنتها فصائل المقاومة الفلسطينية، واتخذها جيش الاحتلال ذريعة لشن غارات جوية مكثفة على قطاع غزة وحملات عسكرية وغزو بري خلف وراءه ضحايا ومصابين، غير عابئة بالقوانين الدولية الملزمة لحماية المدنيين في أوقات الحروب والأزمات، وتصاعدت الاعتداءات الإسرائيلية على القطاع، والانتهاكات السلبية بحق المدنيين والأبرياء، واستمرارها بشكل غير مسبوق عن مثيلاتها في السنوات الماضية، ما أثار غضب واستياء العالم العربي والدولي وإدانتها على ارتكاب مثل هذه الأفعال الوحشية الغير مشروعة، وتشويه صورتها في مختلف الأوساط العربية والدولية، ونظرًا لصعود دور وسائل التواصل الاجتماعي؛ فقد أصبحت هذه الشبكات إحدى أهم آليات الدبلوماسية، لذا فقد طوعت الدبلوماسية الإسرائيلية هذه الشبكات لتحسين وترميم صورتها المتأكلة، وغزو العقول العربية لترسيخ ما تريده بداخلها، وبما يخدم توجهاتها وأهدافها الاستعمارية، من هنا جاءت أهمية هذه الدراسة في رصد أهم المضامين وبيان الأهداف والغايات الخفية التي يسعى الكيان للترويج لها عبر رواية الصراع، إضافة إلى إظهار أساليب الإقناع الدبلوماسية، وأهم الاستراتيجيات والتقنيات المستخدمة عبر صفحة "إسرائيل تتكلم العربية" محل البحث والدراسة.

الدراسات السابقة:

بعد مراجعة التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة، تمكنت الباحثة من تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين، أولهما: الدراسات التي اهتمت بدراسة الدبلوماسية والإعلام الإسرائيلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وثانيهما: الدراسات التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي والصورة الذهنية.

المحور الأول: الدراسات التي غُنت بدراسة الدبلوماسية والإعلام الإسرائيلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

- ١- دراسة (عز الدين خالد الرنتيسي ٢٠٢٤م)^(٣)، والتي كشفت عن أهم الأطروحات وأكثر المصطلحات تكرارًا في الخطاب الإسرائيلي، وتحديد الأساليب الإقناعية ونوعية الجمهور المستهدف بالخطاب، وتوصلت إلى أن الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية تجاه الجمهورية الإيرانية هو خطاب مدروس وممنهج، تسعى من خلاله بناء جسور التواصل والتقارب مع الجمهور الإيراني بهدف التحريض ضد النظام الإيراني وشيطة صورته وأذرعته في الشرق الأوسط، عبر مجموعة من الاستراتيجيات التي تقوم على أن الأزمات الداخلية الإيرانية وتردّي الأوضاع الاقتصادية سببها معاداة إسرائيل ودعم حركات المقاومة في الشرق الأوسط.
- ٢- دراسة (محمد أبو الروب وآخرون ٢٠٢٤م)^(٤)، والتي حاولت تحليل كيفية توظيف الإعلام الرقمي لخدمة الدبلوماسية العامة الإسرائيلية تجاه الشعوب العربية، وكيفية تقديم نفسها لهذه الشعوب، معتمدة على نظرية "ترتيب الأولويات"، ونظرية "الحتمية التكنولوجية" كإطار نظري لها، وخلصت إلى أن إسرائيل تحاول عبر دبلوماسيتها الرقمية إعادة تشكيل الصورة الذهنية العربية، وذلك من خلال تسويقها كواحة للديمقراطية والتعددية الدينية والقومية، كما اعتمدت صفحة "إسرائيل في الخليج" على وسائل الإعلام والصفحات الرقمية كمصدر لمعلوماتها.
- ٣- دراسة (معين فتحي الكوع وآخرون ٢٠٢٣م)^(٥)، والتي بحثت عن مدى توظيف صفحة المنسق لتقنيات الدعاية على الفيسبوك خلال الحرب الرابعة على قطاع غزة في مايو ٢٠٢١م في الفترة الزمنية من ١٠ مايو وحتى ٢١ مايو ٢٠٢١م، وتوصلت الدراسة إلى أن الصفحة عمدت إلى تبرئة دولة الاحتلال من كل أشكال الإجرام بحق الفلسطينيين، ونسبت كل الدمار للمقاومة الفلسطينية وربطها بالإرهاب.
- ٤- دراسة (السيد محمد أبو شعيشع ٢٠٢٢م)^(٦)، والتي حاولت رصد وتحليل آليات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي لتصوير العلاقات الدبلوماسية العربية الإسرائيلية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لها بعد موجة التطبيع الأخيرة في عامي ٢٠٢٠-٢٠٢١م، وقد توصلت إلى أن الخطاب الإعلامي في صفحة "إسرائيل تتحدث العربية" اعتمد على التأكيد على أنها دولة السلام والمحبة والتسامح، كما اعتمدت الصفحة على وسائل الإبراز للمضامين، مثل: الصور، والفيديو، والكاريكاتور، وكذلك الومس.
- ٥- دراسة (أحمد عبده محمد ٢٠٢٢م)^(٧)، والتي استهدفت التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية فيما يتعلق بأزمة "حي الشيخ جراح" والحرب على غزة، واعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح، من خلال تطبيق نموذج (Van Dijk)، وأثبتت نتائجها أن الصفحة الإسرائيلية اعتمدت على استراتيجية "تحويل اللوم إلى الآخر" وغضت

- الطرف عن السبب الرئيسي في الأزمة، كما اعتمدت الدبلوماسية الفلسطينية على استراتيجية "تحويل اللوم إلى الجانب الإسرائيلي"؛ كونه السبب الرئيسي في تلك الأزمة.
- ٦- دراسة (هبة محمد شفيق ٢٠٢١م)^(٨)، والتي حاولت تحديد بنية خطاب الدبلوماسية الشعبية الرقمية ومركزاته عبر تويرتير حول الاعتداءات الإسرائيلية على مدينة القدس وقطاع غزة عقب أزمة "حي الشيخ جراح" ٢٠٢١م، بتحليل تغريدات عينة من الحسابات الرسمية لناشطين سياسيين فلسطينيين مقابل تحليل خطاب التلاعب السياسي للجانب الإسرائيلي. وأوضحت نتائج الدراسة اعتماد كل من خطاب الدبلوماسية الفلسطينية وخطاب التلاعب السياسي على الأدلة والشواهد بجانب توظيف الأساليب اللغوية، كما اعتمدت الدبلوماسية الإسرائيلية على الأساليب العاطفية بجانب المنطقية.
- ٧- دراسة (Pavon- Guinea, Andrea 202)^(٩)، والتي أوضحت أهم الأدوات التي تستخدمها وزارة الخارجية الإسرائيلية في الترويج لأفكارها، حيث أثبت أن وزارة الخارجية الإسرائيلية لديها فريق مكون من عشرات الأعضاء ينتجون محتوى عربيًا على صفحات الفيسبوك، مثل "قف بالعربية" و"إسرائيل تتحدث العربية"، ويشرف على تلك الصفحات قسم الدبلوماسية الرقمية باللغة العربية ثاني أكبر قسم في وزارة الخارجية الإسرائيلية للترويج للحياة والثقافة الإسرائيلية ونشر الرواية الإسرائيلية إلى العالم.
- ٨- دراسة (مصطفى شكري محمد ٢٠٢٠م)^(١٠)، والتي استهدفت استجلاء معالم صورة الأنا والآخر من خلال تحليل كافة المنشورات المقدمة في صفحة "إسرائيل تتكلم العربية" الصادرة عن وزارة الخارجية الإسرائيلية والصفحة الرسمية لـ"أفيخاي أدري"، وتوصلت الدراسة إلى حرص صفحتي الدراسة على تنوع المضامين المنشورات المقدمة، وتقديم صورة الأنا (الإسرائيلية اليهودية) بشكل إيجابي، من خلال عدد من السمات الإيجابية التي تسعى إلى تسويق النموذج الإسرائيلي في صورة الدولة الصديقة المسالمة والمحبة للشعوب العربية وللإنسانية، إضافة إلى التميز في مجالات الابتكار والتكنولوجيا، والدفاع عن الوطن وسلامة المواطنين، وإظهار العداء تجاه الحركات الإسلامية والدول المعادية لإسرائيل.
- ٩- دراسة (Amit Lavie-Dinur, Moran Yarchi 2019)^(١١)، والتي أثبتت أن إسرائيل تعتمد بشكل رئيسي على الدعاية كأسلوب رئيسي في الدبلوماسية العامة، من أجل الترويج لصورتها بأنها دولة تسعى إلى السلام ولا تريد الحرب، وإنما تدافع عن نفسها ضد من يحاول الاعتداء عليها.
- ١٠- دراسة (يسرا صبيح، وآخرون ٢٠١٨م)^(١٢)، والتي اهتمت برصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي من خلال صفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي على موقع الفيسبوك، وتوصلت إلى تبرير استهداف المدنيين الفلسطينيين الذين تستغلهم "حماس" في أعمالها ضد الإسرائيليين،

والتركيز على تحمل "حماس" المسؤولية وحدها دون باقي فصائل المقاومة من أجل تأليب الرأي العام ضد "حماس".

١١- دراسة (وليد خلف الله محمد ٢٠١٧م)⁽¹³⁾، والتي بحثت عن كيفية استخدام الدبلوماسية الرقمية وأدواتها، ودورها في تقديم صورة الدولة لدى شعوب العالم، واعتمدت على نظرية "العلاقات العامة الحوارية" كمدخل نظري لها، وقد خلصت الدراسة إلى اهتمام الدبلوماسية الرقمية باستراتيجية محاربة الإرهاب بنسبة ٣٧% لموقع وزارة الخارجية المصرية، ونسبة ٦٠% لموقع وزارة الخارجية الأمريكية، كما اعتمدت المصادر المعلوماتية للدبلوماسية الرقمية على تصريحات عدد من المسؤولين المعتمدين للدولة، واستحوذت الاستمالات المنطقية على أكثر من ثلثي الأخبار المستخدمة في المواقع الإلكترونية، في حين قل استخدام الاستمالات العاطفية أو الجمع بين الأسلوبين.

١٢- دراسة (هدى فضل نعيم ٢٠١٧م)⁽¹⁴⁾، والتي رصدت الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية تجاه قضية المقاومة الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي، والوقوف على أهم موضوعات المقاومة، وترتيب أولويات هذه الموضوعات، والتعرف على أهم الأطروحات ومسارات البرهنة والأطر المرجعية، وذلك من خلال تحليل مضمون صفحة المنسق على الفيس بوك وصفحة "أفيخاي أدري" على تويتر خلال الفترة من ٢٠١٦/٥/١م حتى ٢٠١٧/٨/١م، وتوصلت إلى اعتماد صفحتي الدراسة على الاستشهاد بالأدلة والوقائع كأحد مسارات البرهنة المستخدمة.

١٣- دراسة⁽¹⁵⁾ (Said AbuMualla2017)، والتي ركزت على معرفة طبيعة الدعاية الإسرائيلية الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي ممثلة بصفحة الناطق الرسمي للجيش الإسرائيلي، واعتمدت على المنهج الوصفي والمسح، واستخدم فيها أسلوب تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، وتوصلت إلى أن إسرائيل اعتمدت على بعض الاستراتيجيات والتكتيكات لتغيير اتجاهات وتصورات الجمهور الفلسطيني والعربي نحو إسرائيل وما تقوم به من ممارسات، مثل تكتيك التشابه والتقارب بين إسرائيل والدول العربية، في المقابل دأبت الدبلوماسية العامة الإسرائيلية على توظيف بعض الاستراتيجيات التي تستهدف تصنيف فصائل المقاومة بالحركات الإرهابية مستخدمة في ذلك أساليب متنوعة، مثل الكاريكاتير والصور التي تستهدف تشويه فصائل المقاومة، واستعراض القوة، إضافة إلى إلصاق الصفات السلبية بصفة مستمرة لحركة "حماس" عند الحديث عنها مثل "الإرهابية" و"التنظيم الإرهابي".

١٤- دراسة (آلاء فوزي السيد ٢٠١٥م)⁽¹⁶⁾، والتي استهدفت دراسة الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الإسرائيلية في صفحاتها الموجهة للجمهور العربي عبر الفيسبوك، باستخدام منهج تحليل الخطاب الأيديولوجي على سبع صفحات حكومية إسرائيلية، وقد تم خلالها تحليل

(٥٤٣) من الخطابات المكتوبة والمرئية بالصفحات الإسرائيلية. وتوصلت الدراسة إلى كثرة توظيف التكتيكات العاطفية في تطبيق الصفحات الإسرائيلية لاستراتيجية العلاقات العامة، والدمج بين الأساليب العاطفية وبين الأساليب المنطقية، خاصة تكتيك البرهنة، كما تمثل رد الفعل السلبي في توظيف إسرائيل لاستراتيجية التملص من قتل المدنيين والخروج من المفاوضات دون حل للأزمة.

١٥- دراسة (يسرا حسني عبد الخالق ٢٠١٤م)⁽¹⁷⁾، والتي كشفت عن أهم مضامين الدبلوماسية الإسرائيلية عبر وسائل الاتصال الحديثة، والتي استغلتها إسرائيل للوصول للجمهور العربي دون رقابة أو إعاقة عبر صفحة "إسرائيل تتكلم العربية"، إضافة إلى إظهار أساليب الإقناع الدبلوماسي والدعاية من خلال توظيف نموذج "إصلاح صورة الدولة"، وتوصلت الباحثة إلى أن أهم القوالب الفنية التي اعتمدت عليها الصفحة في صياغة المادة الإعلامية هي التقارير بنسبة ٧٠%، ثم الخبر بنسبة ٢٠%، وأكدت بأن إدارة الصفحة نفسها هي المصدر الأول للمعلومات بنسبة ٤٧,١%.

١٦- دراسة (Ilan Manor, Rhys Crilley, 2018)⁽¹⁸⁾، والتي استهدفت تحليل استراتيجيات الدبلوماسية الرقمية لوزارة الخارجية الإسرائيلية في التأطير البصري للحرب على غزة ٢٠١٤م عبر تويتر بقصد إضفاء الشرعية على سياستها خلال تلك الأزمة، وبلغت عينة الدراسة ٧٩٥ تغريدة نشرتها وزارة الخارجية الإسرائيلية عبر تويتر خلال حرب غزة ٢٠١٤م، وأشارت الدراسة إلى تقديم وزارة الخارجية الإسرائيلية ١٤ إطارًا لغويًا بهدف إضفاء الشرعية على سياسات إسرائيل، مع الاعتماد على الصور كوسيلة لتشكيل الأطر اللغوية لتتوافق مع الروايات الاستراتيجية الإسرائيلية.

المحور الثاني: الدراسات التي عُنت بدراسة وسائل التواصل الاجتماعي وتحسين الصورة الذهنية:

١- دراسة (عبد الله عبد الرحيم محمد ٢٠٢٤م)⁽¹⁹⁾، والتي استهدفت رصد الاستراتيجيات الخطابية في الخطاب الإعلامي العربي والغربي إزاء حرب غزة الأخيرة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج تكاملي لتحليل الخطاب، حيث تم تحليل ٣٠ مقالًا في موقعي "اليوم السابع" و"واشنطن بوست"، وقد رصدت الدراسة توظيفًا لعدة استراتيجيات خطابية، حيث اعتمدت "اليوم السابع" على الاستراتيجية الهجومية، واستراتيجية اتهام الطرف الآخر، بإلقاء المسؤولية على إسرائيل بأنها سبب اندلاع الأزمات والحروب.

٢- دراسة (أمنية بكرى صبرة ٢٠٢٤م)⁽²⁰⁾، والتي سعت إلى التعرف على كيفية استغلال إسرائيل لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء (عملية طوفان الأقصى) عبر صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال عبر موقع فيسبوك، ودورها في عملية ترميم وإصلاح صورة إسرائيل لدى العرب،

مستخدمة نظريتي "إصلاح الصورة" و"اتصالات الأزمة الموقفية" كإطار نظري للدراسة، وتوصلت إلى أن استراتيجية "تخفيف شناعة الحدث" كانت أكثر الاستراتيجيات التي فضلتها إسرائيل للتواصل مع الجمهور العربي أثناء الحرب على غزة بنسبة ٤٨,٦%، يليها استراتيجية "الإنكار" بنسبة ٢٣%، ثم "التهرب من المسؤولية" بنسبة ٢٢,٦%، وفي المرتبة الرابعة استراتيجية "الإجراءات التصحيحية" بنسبة ٥,٧%.

٣- دراسة (أمل محمد خطاب ٢٠٢٤م)⁽²¹⁾، والتي طرحت آليات واستراتيجيات بناء الصورة الذهنية لحركات المقاومة الفلسطينية بالتطبيق على أحداث طوفان الأقصى خلال الفترة من أكتوبر إلى ٢٠ ديسمبر ٢٠٢٣ من خلال دراسة حالة لمنصة BBC News الإخبارية، وتعد من البحوث الوصفية التحليلية، حيث اعتمدت على أدوات تحليل الخطاب. وأوضحت الدراسة كثافة الرموز السلبية التي استخدمت في تشكيل الصورة الذهنية لحركات المقاومة الفلسطينية؛ مما جعل الخطاب الإعلامي للصحافة الغربية الإلكترونية BBC News نموذجًا مكلفًا بمهمة وظيفية مرتبطة بلعبة السياسة، إلى جانب وظيفته الإعلامية الأساسية في الإخبار والرقابة وغيرها.

٤- دراسة (حنان موسى عبد العال ٢٠٢٣م)⁽²²⁾، والتي رصدت مدى استخدام المنظمات التجارية بالتطبيق على شركة "هاينز مصر" للفايز بوك في إدارة سمعتها وإصلاح صورتها أثناء الأزمات، وأكدت نتائجها أن الشركة قامت - أثناء فترة بداية الأزمة وفي فترة ذروتها - بنشر جميع المنشورات باللغتين العربية والأجنبية، كما أثبتت أن استراتيجية "الإنكار" كانت من أهم الاستراتيجيات استخدامًا، يليها "تحويل اللوم" ثم استراتيجية "تدعيم الموقف"، وأخيرًا استراتيجية "العمل على تصحيح الأوضاع".

٥- دراسة (حنان موسى عبد العال ٢٠٢٢م)⁽²³⁾، والتي ركزت على رصد وتحليل أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها "الهيئة العامة لسكك حديد مصر" وقت الأزمات، معتمدة في إطارها النظري على نموذج "إدارة صورة المنظمة" ونموذج اتصالات الأزمة" عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد توصلت إلى أن استخدام النص مع الصورة من أهم المؤثرات الفنية بنسبة ٦٦% يليها المنشورات النصية فقط بنسبة ١٤%، كما جاءت استراتيجية "الأفعال التصحيحية" في مقدمة الاستراتيجيات التي تم استخدامها بنسبة ٣٠.٣%، يليها استراتيجية "التقليل من حدة الشعور السلبي" بنسبة ٢٥%، وأخيرًا جاءت استراتيجية "التسامي" بنسبة ٥.٧%.

٦- دراسة (2021 Nasaai Masngut, Emma Mohamad)⁽²⁴⁾، والتي بحثت عن أنواع استراتيجيات إصلاح الصورة المستخدمة من قبل الحكومة الماليزية في تصريحاتها الإعلامية حول أزمة كوفيد ١٩ في وسائل الإعلام، وذلك من خلال تحليل موقعين هما (Berita Harian، The Star) وفقًا لنظرية "إصلاح الصورة"، باستخدام أداة تحليل المحتوى، حيث تم تحليل ١٢٠ بيانًا إعلاميًا، كما تم تحليل ردود أفعال الجمهور لهذه الرسائل الاتصالية لعدد ٣٨٢ ردًا من

تعليقات الجمهور، باستخدام تحليل المشاعر المعدل القائم على المعجم لتصنيف العبارات الايجابية والسلبية والمحايدة، وقد خلصت إلى أن الحكومة الماليزية استخدمت استراتيجية "تقليل العدوانية" في الصحيفتين عينة الدراسة بنسبة ٦٢.٥%، ٧٥% لكلٍ منهما، يليها "الإجراءات التصحيحية" بنسبة ٢٥%، ٣٠%.

٧- دراسة (عراك غانم محمد ٢٠٢٠م)⁽²⁵⁾، والتي رصدت تحليل استراتيجيات إصلاح الصورة والطريقة التي أدارت بها الحكومة أزمة كورونا اتصاليًا، وقد أظهرت نتائجها بأن استراتيجية "الإجراءات التصحيحية" احتلت المرتبة الأولى بواقع ٣٠%، فيما احتلت استراتيجية "الاعتراف بالذنب" الترتيب الثاني بواقع ٢٦%، كما احتلت استراتيجية "التهرب من المسؤولية" الترتيب الثالث بنسبة ٢٢%، وأخيرًا جاءت استراتيجية "الإنكار" بنسبة ٧%.

٨- دراسة (حنان موسى عبد العال ٢٠٢٠م)⁽²⁶⁾، والتي استهدفت التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة بمواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الشائعات الإلكترونية، وذلك من خلال تحليل الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء معتمدة على نظريتي "إصلاح الصورة" و"تراء الوسيلة"، وكان من أهم نتائجها أن استراتيجية "الإنكار" جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٤١.٥%، في حين جاءت استراتيجية "اللوم" في الترتيب الأخير بنسبة ٠.٤%، بينما لم يتم استخدام استراتيجيتي "الاعتذار" و"تحويل الاهتمام" في الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة للرد على الشائعات عينة الدراسة.

٩- دراسة (آلاء بنت بكر علي ٢٠٢٠م)⁽²⁷⁾، والتي استهدفت معرفة دور تويتر في إدارة أزمة "حريق محطة قطار الحرمين"، واعتمدت الدراسة على نظرية "إدارة وإصلاح الصورة"، وكشفت النتائج أن شركة "سار" أدارت الأزمة بشكل جيد، حيث استخدمت تويتر كوسيط مهم للتعامل مع الأزمة، وركزت على النشر بانتظام فيما يخص الأزمة، كما أنها استخدمت عدة استراتيجيات للاستجابة للأزمة، أولها "كبح فداء"، يليها استراتيجية "عدم المبالغة في التبرير والإفراط في الرد"، وأخيرًا استراتيجية "الوفاء بالوعد" بنسبة ١٢%.

١٠- دراسة (أماني ألبرت ٢٠١٦م)⁽²⁸⁾، والتي اهتمت بالتعرف على نوعية الاستراتيجيات التي استخدمتها "وزارة الخارجية المصرية" لإصلاح صورة مصر الذهنية عبر حسابها الرسمي وحساب المتحدث الرسمي على تويتر ما بعد ثورة ٣٠ يوليو، واستعانت الدراسة بنظرية "إصلاح الصورة" كمدخل نظري لها، وتوصلت إلى أن أكثر الاستراتيجيات استخدامًا كانت استراتيجية "تحويل اللوم إلى الطرف المهاجم"، تلتها استراتيجية "التبرير"، ثم "التدعيم"، ثم "الهجوم"، ثم استراتيجية "الإنكار البسيط"، ثم استراتيجية "الضعف والنوايا الحسنة"، واختفت استراتيجيات كل من "الأفعال التصحيحية" و"الاعتذار"، وفي استراتيجية "التهرب من المسؤولية" اختفت استراتيجيات "الإشارة

لما حدث على أنه حادث مؤسف"، وبالنسبة لاستراتيجية "التقليل من شأن الحدث" اختقت استراتيجيات "الاختلاف" و"التسامي" و"التعويض".

١١- دراسة⁽²⁹⁾ ((Bo Breuklander 2015)) ، والتي ركزت على تأثير الاستراتيجيات الاتصالية في الأزمات على العلاقة بين المنظمة وجمهورها الرئيسي، واستخدمت الدراسة اختبار العلاقات بين عينة السكان وطلاب جامعة جنوب فلوريدا في سن ١٨ عامًا بواقع ١٥٠ طالبًا، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتوصلت إلى أن استراتيجية "الإنكار" احتلت المرتبة الأولى من حيث الاستراتيجيات الأكثر تأثيرًا في مواجهة الشائعات، بينما جاءت استراتيجية "التبرير" في مرتبة متأخرة في مواجهة الشائعات.

١٢- دراسة (يسرا حسني عبد الخالق ٢٠١٣م)⁽³⁰⁾ ، والتي استهدفت التعرف على كيفية إدارة مؤسسة الرئاسة المصرية لصورتها الذهنية أثناء الأزمات، مستعينة بنموذج "إدارة صورة المنظمة" ونظرية "إصلاح الصورة الذهنية" كمدخل نظري لها، وتوصلت إلى اعتماد خطاب الأزمات على مسارات البرهنة الوجدانية أكثر من مسارات البرهنة العقلية، كما أن الاستراتيجيات المستخدمة لإصلاح الصورة قد أسهمت في فشل إدارة اتصالات الأزمات، نظرًا لاعتمادها على استراتيجية "التهرب من المسؤولية" باستخدام كل من تكتيك التبرير، وتكتيك النوايا الحسنة، وربطه بالإطار الديني.

التعليق على الدراسات السابقة:

- من حيث المنهج المستخدم: اعتمدت بعض الدراسات التي استندت إليها الباحثة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، واعتمد البعض الآخر على منهج المسح بشقه الوصفي فقط، والبعض اعتمد على المنهج المقارن إلى جانب منهج المسح، ودراسات أخرى وظفت منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي مع منهج دراسة الحالة، في حين وظفت دراسات أخرى منهج تحليل الخطاب، بينما تعتمد الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بشقه التحليلي.
- من حيث الإطار النظري المستخدم: تنوعت الدراسات التي اعتمدت عليها الباحثة في توظيفها للنظرية العلمية، فبعض الدراسات جمعت بين أكثر من نظرية، مثل نظرية "هندسة الجمهور" و"التأطير الإعلامي" في دراسة (عز الدين خالد الرنتيسي ٢٠٢٤م)، ونظرية الأطر الإعلامية، وترتيب الأولويات في دراسة (هدى فضل نعيم ٢٠١٧م)، ونظرية ترتيب الأولويات والحتمية التكنولوجية في دراسة (محمد أبو الروب وآخرين ٢٠٢٤م)، ونظرية إصلاح الصورة ونظرية واتصالات الأزمة الموقفية في دراسة (2021 NasaaiMasngut, Emma Mohamad)، (أمينة بكري صبرة ٢٠٢٤م)، ودراسة (آلاء بنت بكر علي ٢٠٢٠م)، ونموذج إدارة صورة المنظمة، واتصالات الأزمة في دراسة (حنان موسى عبد العال ٢٠٢٢م)، ومدخل الأعلام، والتحليل النقدي للخطاب في دراسة (هبة محمد شفيق ٢٠٢١م)، وركزت بعض الدراسات على "نظرية العلاقات العامة الحوارية" كما في دراسة (وليد خلف الله ٢٠٢٠م)، ونموذج "إصلاح صورة

الدولة" كما في دراسة (يسرا حسني عبد الخالق ٢٠١٤م)، وتعتمد الدراسة الحالية على نظرية "إصلاح الصورة الذهنية".

- أما من حيث الأدوات البحثية: فقد اعتمدت غالبية الدراسات السابقة على الجانب التحليلي من خلال تحليل مضمون المواد الصحفية ومنشورات وتغريدات صفحات التواصل الاجتماعي، والبعض الآخر اعتمد على أداة الاستبيان، ودراسات أخرى وظفت أدوات تحليل الخطاب، في حين جمعت بعض الدراسات بين أداتين، وفقاً لطبيعة وأهداف كل دراسة على حدة، وترتكز هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.

- بعض الدراسات السابقة التي استهدفت دراسة الخطاب الإعلامي الإسرائيلي والعدوان على غزة كانت في الأعوام التالية (٢٠٢٣م، ٢٠٢١م، ٢٠١٩م، ٢٠١٤م، ٢٠١١م)، بينما اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في المدة الزمنية للدراسة، حيث كانت في النصف الثاني من العام ٢٠٢٤م وما شهده هذا العام من تصاعد حدة التوترات والانتهاكات بحق الشعب الفلسطيني.

أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:

ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد وصياغة المشكلة البحثية وأهميتها وأهدافها وتساؤلاتها، إضافة إلى التعرف على المناهج والأدوات البحثية المختلفة التي يمكن الاعتماد عليها، واختيار الأداة المناسبة وتوظيفها في الدراسة، بجانب الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة، كما استفادت الباحثة من تلك الدراسات في تعريف مفاهيم الدراسة واختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تعد الصورة الذهنية للدول انعكاساً لرصيداها الأخلاقي والسياسي والثقافي في وعي الشعوب والمجتمع الدولي، فهي لا تُبنى فقط على ما تقدمه الدول من إنجازات وسياسات إيجابية، بل تتأثر أيضاً بسلوكها في الأزمات ومدى احترامها للقيم الإنسانية والقانون الدولي، لاسيما في أوقات الحروب والنزاعات، وفي سياق الحرب على غزة تعاضمت الصور السلبية لإسرائيل بشكل ملحوظ، وواجهت موجة من الانتقادات الدولية بسبب تصاعد الانتهاكات الجسيمة التي ارتكبتها بحق الشعب الفلسطيني، والتي أثارت غضب الرأي العام العالمي واستتكار المنظمات الحقوقية، مما جعلها تلجأ إلى توظيف آليات الدبلوماسية الإسرائيلية باتباع مجموعة من الاستراتيجيات والتكتيكات الممنهجة والموجهة، وبثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي هي بمثابة السلاح الدبلوماسي الذي يغزو عقول الجماهير لتبييض وترويج صورتها السلبية حتى تتقبلها الشعوب العربية، ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: "كيف استطاعت الدبلوماسية الإسرائيلية توظيف آلياتها المختلفة لتحسين الصورة الذهنية لإسرائيل في ظل الانتهاكات التي ارتكبتها خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م".

أهمية الدراسة :

إن أهمية رصد وتحليل الاستراتيجيات التي تتبعها الدبلوماسية الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" من أجل إصلاح صورتها الذهنية لدى العالم خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م، تتبع من أمرين، وهما:

١- الأهمية العلمية: وتتمثل فيما يلي:

- كونها محاولة علمية منهجية لتحليل خطاب الدبلوماسية الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعد من الأدوات الحديثة في السياسة الخارجية، لما لها من تأثير قوي وفَعَال على مختلف شعوب العالم.

- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، والتي أيقنتها دولة إسرائيل منذ نشأة هذه المواقع كأداة استراتيجية لدعم أهدافها وتوجهاتها، خاصة الفييس بوك الذي يمكنها من التواصل مع المجتمع العربي بهدف الترويج لأفكارها ومعتقداتها بأسلوب مدروس، بالإضافة إلى مهارات الرد على تعليقات المتابعين، أيًا كانت طبيعة الرد، بهدف كسب الجماهير وتجنب إثارة نفورها .

- تعد القضية الفلسطينية واحدة من أبرز القضايا المحورية التي تشغل الرأي العام العربي، فهي قضية العرب الأولى، وتكتسب هذه الأهمية نظرًا لاحتوائها على العديد من الأماكن الدينية المقدسة، بالإضافة إلى وقوعها تحت الاحتلال الإسرائيلي، الذي يعد مصدر تهديد للأمن والاستقرار في المنطقة العربية والإسلامية بأكملها.

٢- الأهمية التطبيقية: وتتمثل فيما يلي:

- تزويد صانعي القرار في الدول العربية بمعلومات دقيقة حول الاستراتيجيات والأساليب التي توظفها صفحات الدبلوماسية الإسرائيلية على منصة الفييس بوك للتأثير على الرأي العام واستقطابه فكريًا لصالح إسرائيل، كما تسعى إلى توجيه صنّاع القرار لاستثمار هذه المعرفة في صياغة استراتيجيات تخدم مصالحهم وأهدافهم الوطنية، مع التحذير من خطورة الخطاب الإسرائيلي الذي يخاطب الشعوب العربية بلغتهم وبأسلوب مُتقن يستهدف عقولهم ومواقفهم.

- توفر هذه الدراسة إطارًا عمليًا يمكن للمسؤولين عن إدارة الأزمات في مختلف المؤسسات المختلفة الاستفادة منه لفهم كيفية توظيف شبكات التواصل - وخاصة منصة فييس بوك- في إدارة الأزمات وتحسين الصورة الذهنية، وبناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور المستهدف.

أهداف الدراسة:

انطلاقًا من مشكلة الدراسة، تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف أساسي، يتمثل في الكشف عن آليات توظيف الدبلوماسية الإسرائيلية في تحسين صورة إسرائيل الذهنية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م من خلال صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" عبر الفييس بوك التابعة لوزارة الخارجية الإسرائيلية، وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو الآتي:

- ١- الوقوف على البيانات العامة الخاصة بصفحة "إسرائيل تتكلم العربية" موضوع البحث.
- ٢- التعرف على اللغة التي تستخدمها الدبلوماسية الإسرائيلية بالصفحة عينة الدراسة.
- ٣- الكشف عن شكل المحتوى المنشور بالصفحة عينة الدراسة.
- ٤- التعرف على طبيعة الموضوعات المتناولة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية عبر الصفحة.
- ٥- التعرف على القوالب التحريرية التي تستخدمها الدبلوماسية الإسرائيلية عبر الصفحة.
- ٦- رصد مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها الدبلوماسية الإسرائيلية عبر الصفحة.
- ٧- الكشف عن الأهداف التي تسعى الدبلوماسية الإسرائيلية إلى تحقيقها عبر الصفحة.
- ٨- الوقوف على أهم أساليب الإقناع المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية لإصلاح صورة إسرائيل عبر الصفحة محل الدراسة.
- ٩- رصد أهم الاستمالات (المنطقية-العاطفية-المختلطة) التي استندت إليها الدبلوماسية الإسرائيلية في تحسين الصورة الذهنية لإسرائيل خلال فترة الدراسة.
- ١٠- رصد الاستراتيجيات المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية لإصلاح الصورة الذهنية للكيان الإسرائيلي خلال فترة البحث.

تساؤلات الدراسة:

- ترتبط تساؤلات الدراسة بالإجابة عن مجموعة من الأسئلة، كما يلي:
- أولاً: التحليل البنائي لصفحة "إسرائيل تتكلم العربية" التابعة لوزارة الخارجية الإسرائيلية على الفيس، ويشمل التساؤل التالي:
- ١- ما البيانات العامة الخاصة بصفحة "إسرائيل تتكلم العربية" موضوع الدراسة من حيث: اسم الصفحة، وعنوانها على شبكة الإنترنت، وتاريخ إنشائها، وعدد متابعيها، والهدف منها، والشعار الخاص وصورة الغلاف بها؟

ثانياً: التساؤلات الخاصة بتحليل المضمون، وتشمل:

- التساؤلات الخاصة بالمضمون وتشمل التساؤلات التالية:
 - ١- ما الموضوعات المتناولة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية عبر الصفحة؟
 - ٢- ما القوالب التحريرية التي تستخدمها الدبلوماسية الإسرائيلية عبر الصفحة؟
 - ٣- ما أهم مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها الدبلوماسية الإسرائيلية في الصفحة؟
 - ٤- ما الأهداف التي تسعى الدبلوماسية الإسرائيلية إلى تحقيقها من خلال الصفحة؟
 - ٥- ما الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الدبلوماسية الإسرائيلية على الصفحة محل البحث؟
 - ٦- ما نوعية الاستمالات (المنطقية-العاطفية-المختلطة) المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية من أجل تحسين صورة إسرائيل خلال فترة الدراسة؟

● التساؤلات الخاصة بالشكل، وتشمل التساؤلات التالية:

- ١- ما طبيعة شكل المحتوى المنشور بالصفحة عينة الدراسة؟
 - ٢- ما نوع الفيديوهات والصور المستخدمة في تقديم المضمون المنشور بالصفحة؟
 - ٣- ما اللغة المستخدمة في الفيديوهات المنشورة بالصفحة؟
 - ٤- ما نوع الصور المستخدمة في تقديم المضمون المنشور بالصفحة؟
 - ٥- ما نوع الروابط المستخدمة في تقديم المضمون المنشور بالصفحة؟
- ثالثاً: التساؤلات الخاصة بالاستراتيجيات المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية، وتشمل:
- ١- ما الاستراتيجيات والتقنيات التي تستخدمها الدبلوماسية الإسرائيلية لتحسين صورة إسرائيل عبر الصفحة محل الدراسة؟

الإطار النظري للبحث:

استعانت الباحثة بنظرية "إصلاح الصورة الذهنية"، والتي تعد بمثابة تطور في مجال العلاقات العامة، حيث اقترح "ويليام بنويت" William Benoit هذه النظرية عام ١٩٩٥م، كما يعد إصلاح الصورة Image Restoration تطوراً لمصطلح إدارة السمعة Reputation Management، ورأى "بينويت" أن إصلاح الصورة يكون ضرورياً عندما يكون هناك حدث يراه الجمهور مستحقاً للتوبيخ أو اللوم، وتتهم فيه مؤسسة أو شخص ما بالمسئولية عن هذا الحدث⁽³¹⁾، وتقوم النظرية على فرضين رئيسيين، أولهما⁽³²⁾: أن الحفاظ على الصورة الذهنية يتطلب دائماً مضموناً اتصالياً هادفاً، وأن أحد الأهداف الرئيسية للاتصال هو الحفاظ على الصورة الذهنية الإيجابية، وقد وضع "بينويت" مجموعة من الاستراتيجيات التي يمكن للفرد أو المؤسسة أن يعتمد عليها لتحقيق أفضل صورة ذهنية للمنظمة بعد الهجوم الذي تتعرض له، وتتضمن تلك الاستراتيجيات ما يلي:

أولاً: استراتيجية الإنكار Denial: وتعتمد على تكتيكين أساسيين، هما: (الإنكار البسيط Simple Denial: ويعني إنكار حدوث الفعل، ونفي وقوع الضرر على المنظمات والآخرين، وتكتيك تحويل اللوم إلى الطرف المهاجم Shifting Blame: عن طريق تحويل الفعل العدواني، أو أسباب الأزمة أو الحدث إلى طرف آخر وإصاقتها بالآخرين⁽³³⁾)

ثانياً: استراتيجية التهرب من المسئولية Evasion Of Responsibility: وتشمل تكتيكات عدة، وهي⁽³⁴⁾ تكتيك التبرير Provocation: يبدو هذا التكتيك كمبرر لأفعال تبدو عدائية تجاهه⁽³⁵⁾، وتكتيك الضعف Defeasibility: الذي يتم فيه تبرير الحدث على أساس نقص المعلومات عن موقف الأزمة، أو أنه ليس لديه الإمكانيات التي تمكنه من السيطرة على الحدث⁽³⁶⁾، وتكتيك الحادثة Acidents: وفيه يتم الدفاع بأنه مجرد حادث مؤسف وخارج عن السيطرة⁽³⁷⁾، وتكتيك النوايا الحسنة Good Intention: ويعتمد على أن المنظمة كانت في سياق هذا التصرف وهي حسنة النية، وأن النتيجة التي حدثت جاءت عكس المتوقع.

ثالثاً: التقليل من شأن الحدث Reducing Offnsiveness Of The Event (38)

وتسعى هذه الاستراتيجية إلى التقليل من حجم الحدث، مما يعزز المشاعر الإيجابية تجاه المسؤولين عن الحدث، ويساعد على تحسين صورة المتسبب في الحدث، وتعتمد هذه الاستراتيجية على ست تكتيكات، هي: (التدعيم Bolstering): وفيه يتم ذكر أشياء إيجابية قامت بها المؤسسة في الماضي أو أثناء الأزمة، وذلك لمحاولة التقليل من الصفات السلبية التي التصقت بصورتها، وتكنيك التهوين Minimization: وفيها تحاول المنظمة التقليل من الأضرار التي سببها الحدث أو أقل مما تبدو للجميع⁽³⁹⁾، وتكنيك المقارنة Comparison: وفيها يتم مقارنة الحدث بأحداث مشابهة أخرى أشد خطورة، وإظهارها على أنها الأقل ضرراً من الأحداث الأخرى، وتكنيك التسامي Transcendence: وهو يعتمد على تبرير الحدث من خلال وضعه في سياق مقبول من الجماهير، عن طريق الإشارة إلى أن هناك ما هو أهم وأسمى يمكن الاهتمام به من النظر للأزمة الحالية⁽⁴⁰⁾، وتكنيك الهجوم Attack Accuser: عن طريق مهاجمة الطرف الآخر وتدمير مصداقيته⁽⁴¹⁾، وتكنيك التعويض Compensation: وفيه تقوم المنظمة بتعويض ضحايا الحدث، وذلك لتقليل حدة المشاعر السيئة تجاه المنظمة.

رابعاً: استراتيجية الأفعال التصحيحية Corrective Action: وفيها تقدم المنظمة خطة لإصلاح الخطأ ومنع حدوثه في المستقبل، وأهم ما يميز هذه الاستراتيجية أنها تخفف من حالات عدم الرضا أو الاستياء الناتجة عن الأزمة.⁽⁴²⁾

خامساً: استراتيجية الاعتذار Mortification وهي تعتمد على الاعتذار عن العمل المسيء. لذا، وبناءً على ما سبق؛ اختارت الباحثة نظرية "إصلاح الصورة الذهنية" لدراسة وكشف الاستراتيجيات التي استخدمتها الدبلوماسية الإسرائيلية عبر الحساب الرسمي لوزارة الخارجية الإسرائيلية على الفيس بوك لترميم وتحسين صورة الكيان المحتل المتأكلة بعد فصول الحروب المتتالية على غزة، والتي كان أبشعها هذه الحرب الأخيرة ٢٠٢٤م، وما نجم عنها من تشويه لسمعته وسمعة جيشه، بعد قيامه بعمليات القتل والتدمير وانتهاك المحرمات الشرعية والدولية بحق الشعب الفلسطيني في قطاع غزة.

الإطار المنهجي للبحث:

نوع الدراسة:

تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث تسعى إلى رصد وتحليل ووصف محتوى الحساب الخاص بوزارة الخارجية الإسرائيلية والمعبر عن الدبلوماسية الإسرائيلية على موقع الفيس بوك، وذلك للتعرف على الأساليب الإقناعية والاستراتيجيات التي استخدمتها الدبلوماسية الإسرائيلية عبر حسابها على موقع الفيس بوك لتحسين صورة إسرائيل الذهنية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح في شقه التحليلي، وذلك من خلال مسح مضمون المنشورات التي قامت الدبلوماسية الإسرائيلية بنشرها عبر الحساب الرسمي لوزارة الخارجية الإسرائيلية على موقع الفيس بوك خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م، حتى تستطيع تجميل وتحسين صورة إسرائيل.

أدوات الدراسة:

استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون عن طريق تحليل محتوى المنشورات على صفحة الفيس بوك (إسرائيل تتكلم العربية) الخاصة بوزارة الخارجية الإسرائيلية، من خلال تحليل الفئات التالية: أولاً: فئات الشكل، وتحتوي على (اللغة المستخدمة، وطريقة عرض المحتوى ونوع ولغة الفيديوهات، وأنواع الصور والروابط المستخدمة)، ثانياً: فئات المضمون، وتتضمن (طبيعة المحتوى المنشور، ونوع القالب التحريري، ومصادر المعلومات، والأهداف التي يسعى المنشور إلى تحقيقها، وأساليب الإقناع والاستمالات المستخدمة وأنواعها، واستراتيجيات تحسين الصورة الذهنية).

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي للدبلوماسية الإسرائيلية، وتتكون عينة الدراسة من صفحة "إسرائيل تتكلم العربية" الحساب الرسمي لوزارة الخارجية الإسرائيلية على الفيس بوك، والمعبر عن الدبلوماسية الإسرائيلية خلال الفترة الزمنية الممتدة من (١ أبريل ٢٠٢٤م وحتى ٣١ أكتوبر ٢٠٢٤م) بواقع ٧٥١ منشورًا، وقد اختارت الباحثة عينة الدراسة والفترة الزمنية لمجموعة من المبررات، أهمها:

- تزايد الاعتداءات الإسرائيلية وانتهاك المحرمات الشرعية والدولية بحق الشعب الفلسطيني في قطاع غزة في تلك الفترة.
- أنها المصدر الرسمي للمعلومات عن دولة إسرائيل وتحسين صورتها أمام الجمهور العربي، ومن أكثر الصفحات متابعة من قبل الجمهور العربي، حيث تحظى بمتابعة وإعجاب أكثر من ٣ مليون مستخدم وقت إجراء الدراسة.
- سهولة الحصول على المادة العلمية، إضافة إلى التحديث المستمر لموضوعات الصفحة.
- امتلاك القائمين على الصفحة للمهارات الإقناعية، وقدرتهم على إعادة صياغة الحقائق وتبرير ممارسات الاحتلال العدوانية، مما يستلزم تفكيك ودراسة الخطاب الدبلوماسي الإسرائيلي لاكتشاف خداع الكيان الصهيوني الذي يحاول غرس قيمه وأفكاره وآرائه في عقول الجماهير.

المصطلحات والتعريفات الإجرائية في الدراسة:

يعد تعريف المفاهيم العلمية أمرًا ضروريًا في البحث العلمي، وبناءً عليه يمكن تعريف بعض المفاهيم في هذه الدراسة على النحو التالي:

الدبلوماسية الرقمية:

تعرف بأنها: "عملية توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة للتواصل مع الجمهور الخارجي بهدف خلق بيئة تمكين للسياسة الخارجية لبلد ما".⁽⁴³⁾

التعريف الإجرائي: استخدام إسرائيل للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي كأداة لترويج سياساتها ومواقفها الدولية، وإصلاح صورتها الذهنية المتأكلة، وتدعيم رواياتها المزيفة، بهدف خلق رأي عام عربي يعترف بشرعية الكيان، ولا يرى حرجًا في تطبيع العلاقات معه.

الصورة الذهنية:

تعرف بأنها: "الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن شخص أو نظام أو منظمة معينة، ويمكن أن تتكون من التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، بغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب"⁽⁴⁴⁾، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثوقة، لكنها في النهاية تمثل واقعًا صادقًا.⁽⁴⁵⁾

التعريف الإجرائي: مجموعة الانطباعات والمواقف والمشاعر السلبية المتراكمة لدى الأفراد داخل فلسطين وخارجها تجاه إسرائيل، والتي تكونت بفعل أفعالها العسكرية والسياسية وتكرار مشاهد الدمار والقتل وغيرها من مظاهر معاناة شعب فلسطين الذي لا يزال يتجرع ويلات الاحتلال الإسرائيلي، ويعاني من حصار ظالم في قطاع غزة منذ عقود طويلة وتعرضه لسلسلة حروب متتالية حربًا بعد حرب.

الحرب على غزة ٢٠٢٤م:

واحد من أهم الصراعات الدولية وأكثرها دموية في الشرق الأوسط.

التعريف الإجرائي: الحرب التي شنتها إسرائيل عقب هجوم فصائل المقاومة الفلسطينية على المستوطنات الإسرائيلية في السابع من أكتوبر، وسرعان ما أخذ الجيش الإسرائيلي بالرد العسكري العنيف والقاسي، لتبدأ بعد ذلك المأساة الإنسانية الحقيقية التي راح ضحيتها الآلاف من المدنيين والأطفال الأبرياء، ووصفته بعض التقارير الإعلامية بـ"حملة التطهير العرقي ضد الشعب الفلسطيني".

إسرائيل تتكلم العربية:

وهي الصفحة الرسمية لإسرائيل على الفيس بوك، والتي تديرها وزارة الخارجية الإسرائيلية، تعرض الصفحة محتوى متنوعًا يخدم مصلحة إسرائيل في الأخبار والثقافة والتكنولوجيا، وقد بلغ عدد متابعي الصفحة ٣,٤ مليون متابع حتى تاريخ إعداد الدراسة، تهدف الصفحة إلى التواصل مع الجمهور العربي، وتقديم وجهة نظر الحكومة الإسرائيلية، ومن ثمّ يمكن التعرف على الاستراتيجيات المستخدمة في مخاطبة الجمهور العربي.

اختبار الصدق والثبات:

اعتمدت الباحثة في اختبار الصدق على قياس الصدق الظاهري للاستمارة، من حيث قدرتها على الإجابة على تساؤلات البحث، وذلك من خلال قيام الباحثة بعرض استمارة تحليل المضمون على

مجموعة من المحكّمين المتخصصين من الأساتذة⁽⁴⁶⁾ للتأكد من صدق الأداة وقدرتها على قياس متغيرات الدراسة وصلاحيتها للتطبيق، وقد تم إجراء التعديلات بناءً على ملاحظات وتوجيهات المحكمين، واعتمدت الباحثة في قياس الثبات على إعادة تحليل ١٠% من إجمالي عينة الدراسة مع إحدى عضوات هيئة التدريس⁽⁴⁷⁾، وبلغت نسبة الثبات ٩٢%، وهي نسبة مقبولة تدل على ثبات التحليل ودقته.

نتائج الدراسة التحليلية:

تمهيد:

أجرت الباحثة دراسة تحليلية للمنشورات المقدّمة عبر صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على الفيس بوك، لمدة أربعة أشهر في الفترة الزمنية من ١ / أبريل ٢٠٢٤م إلى ٣١ / أكتوبر ٢٠٢٤م؛ وذلك لمعرفة كيف استطاع الكيان الصهيوني توظيف آليات الدبلوماسية الرقمية في إصلاح صورته الذهنية من خلال تحليل كمي لمنشورات الصفحة خلال فترة الدراسة، وتعتبر هذه الفترة كافية من وجهة نظر الباحثة لإجراء الدراسة التحليلية، نظرًا لكثرة عد المنشورات التي تم طرحها على الصفحة خلال تلك الفترة، والتي بلغ عددها ٧٥١ منشورًا.

أولاً: التحليل البنائي لصفحة إسرائيل تتكلم العربية التابعة لوزارة الخارجية الإسرائيلية على الفيس:

١- اسم الصفحة: "إسرائيل تتكلم العربية"، وقد تم توثيق الصفحة بالعلامة الزرقاء من قبل إدارة الموقع، وهو ما يدل على أن هذه الصفحة هي الصفحة الرسمية والموثقة والمعتمدة من قبل إدارة الموقع لوزارة الخارجية الإسرائيلية.

٢- عنوان الصفحة على شبكة الإنترنت:

<https://www.facebook.com/IsraelArabic?mibextid=ZbWKwL>

٣- تاريخ إنشاء الصفحة: أنشأت وزارة الخارجية الإسرائيلية هذه الصفحة على الفيس عام ٢٠١١م كمصدر للمعلومات عن دولة إسرائيل، وتعد المصدر الرئيسي لإمدادها بالمعلومات والأفكار الدعائية عن نشاط الحكومة الداخلي والخارجي، كما يمتلك القائمون عليها بعض الحجج التاريخية والجغرافية في تسويق أفكارهم.

٤- عدد المتابعين للصفحة: ٣,٤ مليون متابع وقت إجراء الدراسة.

٥- الهدف من الصفحة: تستهدف تلك الصفحة رسم صورة ذهنية إيجابية عن الحياة المثالية التي يحظى

بها سكان إسرائيل من جانب، وكسر الحاجز النفسي مع الجمهور العربي للتعايش مع وضعية

إسرائيل في الشرق الأوسط من جانب آخر، من خلال نشر آلاف من المنشورات الموجهة بعناية

إلى الشعب العربي، واستقطاب الشباب العربي وإمدادهم بالمعلومات والأخبار داخل المجتمع

الإسرائيلي، وترسيخ مفاهيم وحياتة مثالية عن المجتمع الإسرائيلي، ومدى تسامحه مع جميع الأديان

بصورة تتناقض مع التاريخ والواقع، وذلك بهدف إزالة المشاعر السلبية من نفوس الشباب العربي.

٦- الشعار الخاص بالصفحة: شعار إسرائيل (بالعبرية מְדִינַת יִשְׂרָאֵל) يتألف من شمعدان عبري في كل من جانبيه غصن الزيتون وتحتة الكلمة זָרָאָל (إسرائيل بالعبرية) وخلفية الشعار زرقاء، ولون الشمعدان وغصني الزيتون لونهما أبيض أو ذهبي، وقد تبنت إسرائيل هذ الشعار عام ١٩٤٨م بعد مسابقة تصميم فاز بها اقتراح "جافريئيل" و"مكسيم شامير"، فالشعار الحالي مبني على اقتراحهما، والشمعدان رمز يهودي منذ ٣٠٠٠ عام، تمت الاستضاءة به في "هيكل سليمان"، فتصميم الشمعدان مستعار من الشمعدان المنقوش على بوابة تيتوس في روما، أما شعبتا الزيتون فهما ترمزان إلى السلام، وأنهم أصحاب الأرض ويسعيان للسلام كما يظنون⁽⁴⁸⁾.



صورة (١)

الشمعدان المنقوش على بوابة تيتوس

٧- صورة الغلاف: تم وضع صورة الغلاف الحالي للصفحة يوم ٨/١٠/٢٠٢٣م ثاني يوم لـ"طوفان الأقصى"، والذي شنته فصائل المقاومة الفلسطينية، وظل ثابتاً كما هو، ولم يتم تغييره حتى وقت إجراء الدراسة، وكانت عبارة عن صورة لعلم إسرائيل، وخلفية زرقاء اللون تشير إلى لون السماء في الديانة اليهودية، أما صورة العلم فهو العلم الرسمي لدولة إسرائيل ومواطنيها، سواء كان في إسرائيل أو في العالم، ويتألف العلم من خلفية بيضاء وشريطين أزرقين أفقيين في الأعلى والأسفل، يعد اللون الأزرق رمزاً للحرية والسماء، فيما يرمز الأبيض إلى النقاء والسلام على حد الوصف، وفي الوسط يوجد شعار دولة إسرائيل الذي يتألف من نجمة داوود ذات ستة أطراف باللون الأزرق، وهي ترمز للهوية اليهودية، ويندمج فيها مثلثان متساويان الأضلاع، وتسمى بـ"خاتم سليمان"، وتسمى بالعبرية "ماجين دافيد" بمعنى: "درع داود"، وتعتبر من أعم رموز الشعب اليهودي، وفي عام ١٩٤٨م ومع إنشاء دولة إسرائيل تم اختيار نجمة داود لتكون الشعار الأساسي على العلم الإسرائيلي⁽⁴⁹⁾.



صورة (٢)

توضح غلاف الصفحة عينة الدراسة

٨- اللغة الرئيسية للصفحة: اللغة العربية، وذلك لكون اللغة العربية الأقرب إلى الجمهور العربي والأكثر تأثيراً فيه، وفي هذا الإطار تسعى إسرائيل لاستثمار اللغة بما تعكسه، ليس فقط باعتبارها طريقة للتواصل، وإنما أيضاً من خلفية ثقافية وحضارية، وما تشكله من هوية بهدف تأصيل أفكارها ومفاهيمها، حيث تصبح اللغة جزءاً أساسياً وسلاحاً لتحقيق غاياتها عبر منصات تمنحها التواصل والتفاعل المباشر مع الجمهور المستهدف.

ثانياً: نتائج الفئات الخاصة بتحليل مضمون المنشورات على الصفحة:

١- نتائج تحليل المضمون الخاص بماذا قيل؟ (المضمون):

أ: طبيعة المحتوى المنشور من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية:

جدول (١)

يوضح طبيعة المحتوى المنشور من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية

الموضوعات المنشورة في الصفحة عينة الدراسة	ك	%
١- إرهاب ووحشية "حماس".	136	18.10
٢- إنسانية إسرائيل وسعيها للسلام.	116	15.44
٣- ممارسة الحرب النفسية ضد حركات المقاومة.	100	13.31
٤- دعم وتأييد الدول والشعوب المختلفة لإسرائيل.	101	13.44
٥- التعايش والمساواة داخل المجتمع الإسرائيلي وحرية العبادة.	55	7.32
٦- استعراض قوة إسرائيل وجيشها.	46	6.12
٧- التحقير والتهم.	46	6.12
٨- المعتقدات والطقوس والأعياد الإسلامية واليهودية.	27	3.59
٩- المقارنة بين "حماس" وإسرائيل.	25	3.33
١٠- تعرض اليهود للاعتداءات قديماً وحديثاً.	23	3.06
١١- تفكيك القدرات العسكرية للمقاومة.	23	3.06
١٢- إنجازات دولة إسرائيل في كل المجالات.	21	2.7
١٣- إثارة نقاش تفاعلي.	21	2.7
١٤- إسرائيل دولة لها تاريخ وحضارة.	11	1.46
المجموع	751	100.00

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه فيما يتعلق بطبيعة المحتوى المنشور من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية نجد أن موضوع إرهاب ووحشية "حماس" جاء في مقدمة الموضوعات التي نالت اهتمامًا كبيرًا من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية بنسبة ١٨.١٠%، لذلك اعتمدت الصفحة عند الحديث عن "حماس" والمقاومة، استخدام بعض المصطلحات مثل مملكة الإرهاب، طوفان "حماس"، مجزرة "حماس"، السبب المشؤوم، الحركة الإرهابية، جهنم الوحوش، التنظيم الإرهابي، الهمجية والبربرية وهو ما اتفق مع دراسة (Said Abu Mualla 2017)⁽⁵⁰⁾، والتي أثبتت إسناد الصفات السلبية بصفة مستمرة لحركة "حماس" عند الحديث عنها، مثل الإرهابية والتنظيم الإرهابي، مما يشير إلى تصدر تلك المنشورات في تلك الفترة التي شهدت صراعًا بين الكيان الإسرائيلي وعناصر المقاومة، والذي استُخدم في عدة منشورات بشكل متكرر وبوسائط متعددة بهدف تقديم الرواية الإسرائيلية التي تتضمن الكثير من الأهداف والدعاية الكاذبة التحريضية على فصائل المقاومة، ومن أمثلة تلك المنشورات الفيديو الذي نشرته صفحة الدراسة يوم ٣/ يونيو/٢٠٢٤م، والذي يهدف إلى تصوير النظام التعليمي الفلسطيني بأنه فاشل ومعرض، وزعمهم بأن هناك مناهج تعليمية تدرس للأطفال محرضة على الإرهاب وقتل اليهود، للتأكيد على ضرورة تغيير هذه المناهج باعتباره الحل الأمثل لمواجهة الإرهاب، مما يضيف على إسرائيل صفة المدافع عن القيم الأخلاقية، إضافة إلى تصوير "حماس" ومؤسساتها كمنظمات تعلم التطرف وتغرس أفكار العنف والإرهاب لدى الأطفال بدلاً من التركيز على التعليم والبناء، واستخدام المنشور لألفاظ تدعو إلى النفور والاشمئزاز من الطرف الآخر، مثل داعش، خراب، إجرام، من أجل التأثير على الرأي العام ضد "حماس".

كما استندت الصفحة إلى ترويج الأكاذيب عن حركات المقاومة، وتزييف التاريخ، وبث الشائعات، وقلب الحقائق، وإصاق التهم بهم، وتصويرهم ككيانات شيطانية، والتحريض ضدهم، وذلك من خلال زيادة تكرار المنشورات التي تنتقد حركات المقاومة بهدف تشويه سمعتهم من أجل إقناع الجمهور العربي برفض سياساتهم، وانتقاداته للمواقف التي تتخذها المقاومة، لضمان تحقيق التأثير المطلوب، على سبيل المثال، حاولت إسرائيل استغلال عمليات السرقة والسطو على المساعدات لاتخاذها ذريعة لمنع تدفق المساعدات بين وقت وآخر من أجل تحميل حركة "حماس" المسؤولية عن سرقة المساعدات الدولية المقدمة لها في التسليح والقيام بأعمال إرهابية تهدد إسرائيل وأمنها القومي، وقد وردت منشورات عديدة، منها ذلك الفيديو الذي نشرته الصفحة يوم ٣/ يونيو ٢٠٢٤م، والذي يصور مئات المصلبات من المساعدات الغذائية مرمية على طريق غزة، وذلك للرد على من يدعون أن هناك مجاعة في غزة، وأن "حماس" تقوم بسرقتها للمعونات الغذائية والمتاجرة بها، وهذا يدل على محاولة إسرائيل التعتيم على الحقائق وتوصيل المعلومة بطريقة مغلوطة إلي الجمهور، بحيث لا يمكنه بناء وجهات نظر صحيحة، وتدفعه لاتخاذ اتجاهات وسلوكيات مغلوطة نتيجة لما يصل إليه من شائعات، وأيضًا منشور بتاريخ ٢٣/

مايو ٢٠٢٤م، يقول "لصوص" حماس "يسرقون ثلاثة أرباع من المساعدات التي تصل إلى قطاع غزة عبر الرصيف البحري الجديد، من أجل تمويل عناصرها الذين يقبعون في الأنفاق والسرديب". وترى الباحثة أن تصدر هذا الموضوع في الصفحة عينة الدراسة يمكن تفسيره على أنه جزء من استراتيجية الخطاب الدبلوماسي الإسرائيلي بهدف إظهار "حماس" في صورة حركة إرهابية، واتهامها بتسببها في كثرة القتلى والمصابين في صفوف المدنيين، لأنها اختارت أن تكون داخل البنية التحتية المدنية، غير مبالية بمصير كبار السن والنساء والأطفال ودمار المنازل والبنية التحتية من ماء وكهرباء وتعليم وصحة، ووفقاً لهذه الرواية الإسرائيلية المغرضة ووضوح قوة الرد الإسرائيلي الذي أطلق العنان لقواته للانتقام، ليس فقط من "حماس"، بل أيضاً من سكان غزة، تلك الرواية التي تشير إلى أن الأعداد الهائلة من الفلسطينيين الذين قتلوا وغالبيتهم نساء ورجال برصاص وقنابل إسرائيلية وغارات سلاح طيرانها لم يكونوا ضحايا إسرائيل، وبدلاً من ذلك كانوا دروعاً بشرية لـ "حماس" التي تختبئ بينهم معرضة إياهم للخطر، كما هو الحال في فيديو نُشر يوم ٤/ يونيو ٢٠٢٤م، إذ يقول: إرهابيو الحركة يقومون بتفخيخ لعبة أطفال بصور فيل داخل منزل في جباليا لتفجيرها في جنود من جيش الدفاع.

وفي نفس السياق، عمدت الصفحة إلى تشويه "إيران" و"حزب الله اللبناني" و"حماس" وشيطنتهم بطريقة منظمة ومدروسة وإلصاق التهم بهم، كما هو الحال في منشور يوم ٢٤/ أبريل ٢٠٢٤م، إذ يقول: "النظام الإيراني رأس الأفعى في كافة أنحاء العالم"، ويلاحظ بأن الصفحة تهدف إلى تجسيد النظام بشكل سلبي، والتحريض عليه من خلال وصفه في الشرق الأوسط على أنه "رأس الأفعى"، كما ركزت الصفحة على الصفات السلبية لـ "إيران" وحلفائها ووصفها بأنها السبب الرئيسي في نشر الفساد والخراب وإهدار موارد البلاد لدعم المنظمات الإرهابية على حساب مواطنيها، كما هو الحال في منشور ٨/ أبريل ٢٠٢٤م، والذي يهدف إلى التأثير على الرأي العام من خلال التلميح إلى أن "إيران" وحلفاءها مثل "حماس" و"حزب الله" هم المسؤولون عن استمرار الخراب والوضع المتدهور في غزة، من خلال المقارنة بين المشاريع العربية التي تدعم بناء وإعمار غزة، وبين المشاريع الإيرانية التي تسبب الدمار والخراب لغزة.

وفي المرتبة الثانية جاءت إنسانية إسرائيل وسعيها للسلام بنسبة ١٥.٤٤%، من أجل خلق صورة ذهنية إيجابية حاملة للجانب الإنساني، من خلال التأكيد الدائم على أن إسرائيل وجنودها تتمنى السلام مع الجميع، وأنها الدولة الأكثر إنسانية، والرحيمة التي تقدم يد العون للجميع، ليس فقط مع شعبها، بل أيضاً مع الجميع من أطفال ومرضى وكبار سن، في محاولة منها لتغيير الواقع الحقيقي لممارسات جنود جيش الاحتلال من قتل وتكيد للأبرياء الفلسطينيين، فقد حرصت الصفحة على التقاط الصور ونشر المنشورات التي تظهر تعاطف الجنود مع الفلسطينيين، ومساعدتهم لتحسين وتجميل صورة إسرائيل، كما هو الحال في منشور ١١/ أكتوبر ٢٠٢٤م لطبيب يحمل امرأة مسنة إذ يقول: "الإنسان إما أخ لك في الدين، أو نظير لك في الخلق"، ومنشور آخر يوم ١٣ أكتوبر ٢٠٢٤م، لجندي إسرائيلي يحمل سلاحه وبقواره دبابة وهو يقدم الطعام لحيوان صغير، يليها في المرتبة الثالثة ممارسة الحرب النفسية ضد

حركات المقاومة بنسبة ١٣.٣١%، والتي تتضمن إرسال رسائل تحذيرية إلى المقاومة ومواطني فلسطين بهدف التأثير على الروح المعنوية وإضعافها خلال الفترة التي شهدت صراعًا مع الكيان الإسرائيلي، أيضًا عمدت الصفحة على إضعاف الكوادر القيادية في الفصائل والتنظيمات وخلق حالة من الترهيب والردع والارتباك عبر وضعهم تحت ضغوطات الاستهداف في أي وقت من خلال عمليات الاغتيال، ومن أمثلة ذلك منشور بتاريخ ٣٠/ أكتوبر ٢٠٢٤م، حينما كان يلقي "نعيم قاسم" أمين منظمة "حزب الله" خطاب له، إذ ذكر فيه "قد يكون آخر خطاب له إذا انتهج نهج سابقه"، بهدف التحذير من أي تغيير في نهج "حزب الله" لأنه قد يؤدي إلى عواقب وخيمة، ومنشور آخر بتاريخ ٧/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي أشار إلى أن حركة "حماس" كانت من أقوى الحركات الإرهابية في المنطقة، وباتت بعد ٧ أكتوبر قاب قوسين أو أدنى من التفكك التام، ومنشور آخر بتاريخ ٢٢/ مايو ٢٠٢٤م، عبارة عن فيديو يظهر سكانًا من غزة يمزقون صورًا لـ"قاسم سليمان" مع تعليقات تعبر عن رفضهم لتدخل "إيران" و"حماس" في شؤونهم، ومنشور بتاريخ ٢/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يصور "حماس" كجهة إرهابية تدمر غزة من خلال مقارنة بين مدارس ومستشفيات، فيظهر إحداهما كأماكن مليئة بالسلاح والخراب، بينما الأخرى كأماكن حضارية ونظيفة بهدف خلق انطباع بأن وجود "حماس" مرتبط بالفوضى والدمار، بينما غيابها يعني التقدم والازدهار، مستخدمًا عبارات مثل "غداً بلا حماس"، "بداية عهد جديد من الأمل"، في محاولة لرسم صورة وردية لمستقبل غزة إذا تخلصت من المقاومة، ولزيادة تعميق الحرب النفسية الموجهة إلى "حماس"، اعتمدت الصفحة على تقديم التقارير المصورة من خلال الاستشهاد بآراء مواطنين عاديين يستجدون من الحرب وويلاتها، ووصفهم لقادة "حماس" بالعيش في نعيم وأمان وتركهم الغزيين في الجحيم.

ومما سبق يمكن القول بأن الحرب الإسرائيلية على غزة وقت إجراء الدراسة كانت قد أوشكت على دخول شهرها العاشر مع فشل إسرائيلي في تحقيق أهدافها، وهي تحرير الرهائن الإسرائيليين وتدمير حركة "حماس"؛ الأمر الذي أدى إلى لجوئها مؤخرًا إلى الاغتيالات باستهدافها مجموعة من قادة الفصائل الفلسطينية وحركات المقاومة في لبنان، وذلك من أجل إثبات نجاح المنظومة الأمنية والاستخباراتية التي اهتزت ثقة الجميع بها بعد فشلها في توقع ومنع ما حدث في السابع من أكتوبر ٢٠٢٣م⁽⁵¹⁾، ثم في المرتبة الرابعة دعم وتأييد الدول والشعوب المختلفة لإسرائيل بنسبة ١٣.٤٤%، ويعد من أكثر الموضوعات التي تم تناولها في منشورات عديدة في الصفحة، وذلك من خلال إبراز الدعم المقدم من الدول للكيان الصهيوني بنشر أقوال وتصريحات مؤيدة لإسرائيل وسياستها، وجهودها في محاربة الإرهاب المتطرف من وجهة نظر الصفحة، وعلى صعيد المواقف الدولية يأتي الدور الأهم للولايات المتحدة الدائم في مساندة إسرائيل في عدوانها على الشعب الفلسطيني وحق إسرائيل في الدفاع عن نفسها، وإنكار هذا الحق للشعب الخاضع تحت الاحتلال، وإعلانها عن استعدادها لتقديم ما تحتاجه إسرائيل، ومن أمثلة ذلك ما صرح به الرئيس الأمريكي الأسبق يوم ٣١/ أكتوبر ٢٠٢٤م، بأن "حماس" لا تهتم بدولة فلسطين، وأنها تريد قتل اليهود ليس إلا، وأن اليهود ذوو أصول عريقة في بلادهم"، كما نشرت الصفحة - في سبيل إظهار دعم

وتعاطف الدول والشعوب العربية معها- صور أفراد من الشعوب العربية تظهر دعمها ومساندتها لإسرائيل، أمثال "نديم قطيش"، "فهد الشقيران"، "خير الله خير الله"، وغيرهم.

وأيضًا لم تكن الصفحة بنشر صور أو نصوص مكتوبة، بل اعتمدت على نشر الفيديوهات من بعض الأفراد في مصر ولبنان والسعودية تؤكد دعمها الواضح لإسرائيل في محاربتها للإرهاب، وقد ورد ذلك في منشورات عديدة بالصفحة، منها فيديو نُشر يوم ٣٠/ أكتوبر ٢٠٢٤م، عن حديث الإمام "حسن الشلغومي" إمام باريس مع الإعلامية "ماريا معلوف"، حيث يصف الصورة الحقيقية للإسلام ومن يقوم بتشويه هذه الصورة، وكلام الإعلامي المصري "إبراهيم عيسى" في فيديو نُشر يوم ٣/ أكتوبر ٢٠٢٤م، يزعم بأن "حزب الله" و"حماس" هما اللذان أقحما شعبهما في حرب".

كما حاولت الصفحة تقديم الشكر والامتنان لكل من يظهر الدعم لها من الدول والشعوب، ففي منشور نُشر يوم ١٤/ أغسطس ٢٠٢٤م، صرح فيه وزير الدفاع: "أعبر عن امتناني لأصدقائي في الإدارة الأمريكية على الموافقة على نقل المساعدات لإسرائيل، ومساهماتهم في تعزيز قوة دولة إسرائيل، ومنشور ١٠/ أبريل ٢٠٢٤م، "شكرا للداعية الإماراتي الدكتور "وسيم يوسف"، ونتمنى له موفور الصحة"، كذلك وردت منشورات على الصفحة لمظاهرات داعمة لإسرائيل مثل الفيديو الذي نشر يوم ٢٠/ مايو ٢٠٢٤م، الذي ظهرت فيه مظاهرات تدعم إسرائيل في "أذربيجان"، حيث شوهد المتظاهرون وهم يرفعون العلم الإسرائيلي، ويرددون الشعارات المؤيدة لإسرائيل، وأيضًا منشور ٢٨/ يوليو ٢٠٢٤م، حيث نظم سكان بلدة "السويداء" مظاهرة احتجاجًا على مجزرة "مجدل شمس"، وهم يرفعون لافتات تحمل شعارات ضد حزب الله ويرددون هتافات "هذا إرهاب وليس مقاومة"، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سالي أحمد جاد)⁽⁵²⁾، والتي انتهت إلى أن إسرائيل تسعى دائمًا إلى عرض مدى تعاطف الشعوب العربية مع إسرائيل وعدالة قضيتها، يليه في المرتبة الخامسة التعايش والمساواة وحرية العبادة داخل إسرائيل بنسبة ٧.٣٢%، من خلال تصوير إسرائيل بأنها دولة ديمقراطية هدفها التعايش بسلام، وإظهار الحب للشعوب العربية، واحترام حقوق الأقليات داخلها وتقديم المساعدات، والتشارك مع كافة الأديان ومختلف الطوائف خاصة المسلمين، وأن الدين لا يشكل عائقًا أمام الوطن الذي هو لجميع مواطني إسرائيل، وأن العنصرية أمر لا وجود له في ظل إسرائيل، على عكس الواقع وما يعانيه أبناء الديانات المختلفة من عنصرية وازدراء، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (يسرا حسني عبد الخالق ٢٠١٤م)⁽⁵⁷⁾، حيث احتلت القضايا الإسرائيلية العربية الترتيب الثاني بنسبة ٢٤.٣%، كما تناولت الصفحة منشورات عديدة حول قضية "كيف يعيش العرب المسلمون واليهود الإسرائيليون في دولة واحدة"، مؤكدة على إظهار العلاقات الطيبة التي يسودها التسامح التعاون والمحبة بين الطرفين، كما جاء في فيديو نُشر يوم ٣٠/ يونيو ٢٠٢٤م، إذ يقول: "تعدد الأديان والقوميات، لكن نبقى شعبًا واحدًا، ترتدي النساء الحجاب ويوكبن أطفالهن وهم يغنون نشيد شعب إسرائيل حي وهم يلوحون بالعلم الإسرائيلي"، وأيضًا منشور ٢٤/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يصور مواطنًا مسلمًا يصلي في مطار بن غوريون الدولي، في محاولة منها لتلميع صورتها أمام العالم

وتيسير إجراءات دخولها عن بقية دول العالم، يضاف إلى ذلك تأكيد الصفحة على المساواة والعدالة في كافة الحقوق التي تمنحها إسرائيل لكل مواطنيها من العرب أو غيرهم، بدون أية تفرقة بينهم، حتى ولو كانوا مختلفين في اللغة أو الدين، فهي تتيح لهم حرية التطوع بجيش إسرائيل، وتقليدهم لمراكز عليا في دولة إسرائيل، فالكل سواسية كأسنان المشط، كما هو الحال في منشور ٢١/ يوليو ٢٠٢٤م، عن القائد المسلم "هشام أبو ريا" قائد وحدة التنسيق مع السلطة المحلية، حيث يقول: "وجدت أن اليهود إخوة أسرة يهتمون ويحبون ولا يحملون الكراهية، ونحن نعيش معاً"، وأيضاً ما نشرته الصفحة يوم ٣٠/ أكتوبر ٢٠٢٤م، عن قيام رئيس الدولة "يستحاك هيرتسوغ" بتقليد أربعة من أبناء عائلة "القريناوي" البدوية من النقب بوسام الشرف المدني بسبب قيامهم بإنقاذ نحو ٤٠ مواطناً وتعريض حياتهم للخطر، وأيضاً جاء في منشور ٢٧/ أغسطس ٢٠٢٤م، "بأن الطلاب العرب في معهد التخنيون يشكلون حوالي ٢٠% من إجمال الطلاب المسجلين"، ومنشور ١١/ أبريل ٢٠٢٤م عن "اختيار امرأة عربية تنتمي إلى الطائفة المسيحية لتولي منصب عميدة جامعة "حيفا".

وتعكس هذه النتيجة حرص الدبلوماسية الإسرائيلية على تقديم صورة إيجابية عن الكيان العبري، من خلال ترحيبها بكل من يريد أن يخدم في جيشها، بصرف النظر عن دينه وعرقه ولغته ولونه، من أجل تحسين وتجميل صورة إسرائيل، وتضليل الواقع عما يحدث من عنصرية داخل المجتمعات الإسرائيلية تجاه الديانات المختلفة والأعراق واللغات.

وفي هذا السياق سعت الصفحة أيضاً إلى الترويج المستمر لصور إيجابية تتعلق بالرعاية الصحية والاهتمام الطبي الذي يقدم لجميع المرضى على اختلاف أجناسهم، وإن كان هذا الترويج يختلف بشكل كبير عما يحدث في الواقع الحقيقي، وذلك من خلال الحديث في منشوراتها عن أحقية العلاج لجميع المرضى، وتقديم المساعدات الطبية، ورفي الكوادر الطبية الإسرائيلية، والجهود المبذولة في إنقاذ حياة العديد من الأطفال من الموت، ومساعدتهم على الشفاء بإجراء العديد من العمليات، فعلى سبيل المثال، نشرت صفحة الدراسة في تاريخ ٣٠/ يونيو ٢٠٢٤م منشوراً لإبراز جهود الكوادر الطبية في علاج الطفلة البدوية "أمانة حسونة" التي أصيبت بجروح خطيرة في رأسها نتيجة الهجوم الصاروخي الإيراني على إسرائيل في ١٣ إبريل.

وفي المرتبة السادسة جاء استعراض قوة إسرائيل وجيشها، بنسبة ٦,١٢%، من خلال التأكيد الدائم على عظمة الجيش الإسرائيلي، والاستثمار في أحدث التقنيات العسكرية وتطوير أسلحة جديدة، إضافة إلى إبراز التفوق والقدرات العسكرية للجيش الإسرائيلي وامتلاكه لأقوى الوحدات القتالية والأسلحة النووية بامتلاكه القبة الحديدية، وسعيه المستمر للدفاع عن الأراضي الإسرائيلية، وقدرته على اكتشاف وتدمير العديد من الأنفاق وشن الغارات الإسرائيلية، وإصدار التصريحات التهديدية، والاستعداد المستمر للرد على الهجمات الموجهة إليهم في إطار الحفاظ على أمن إسرائيل، وتأكيداً على فكرة "الجيش الإسرائيلي الذي لا يقهر"، حيث نشرت صفحة الدراسة فيديو بتاريخ ٩/ أبريل ٢٠٢٤م، سعت من خلاله للترويج

لمنظومة القبة الحديدية البحرية القادرة على اعتراض المسيرة الهجومية التي أطلقها الحوثيون من اليمن باتجاه إيلات.

كما اهتمت الصفحة في منشورات عدة بالحديث عن سلاح الجو الذي يشكل عنصرًا حاسمًا في القوة العسكرية الإسرائيلية، وله دور محوري في تحقيق أهدافها الاستراتيجية، وعنصرًا أساسيًا في سياسة الردع الإسرائيلية، حيث يمثل تهديدًا مباشرًا لأية دولة تفكر في مهاجمتها، مما يردع الأعداء عن شن هجمات، كما تستخدم القوة الجوية الإسرائيلية في شن حملات نفسية ضد العدو، من خلال تنفيذ ضربات جوية عالية الدقة تستهدف العديد من الأهداف الإرهابية كما يزعمون، بهدف إضعاف معنويات العدو وتقويض قدرته على القتال، كما في منشور يوم ٢٢ أغسطس ٢٠٢٤م، والذي صرح فيه رئيس الوزراء قائلاً: "سلاح الجو هو قبضتنا الحديدية التي تعرف كيف تسدد الضربة لنقطة ضعف أعدائنا"، وأيضًا منشور ٢٩/ سبتمبر ٢٠٢٤م، مسترشدًا بأبيات شعرية للمتنبى إذ يقول: "سورنا نفذوا اليوم طلعات مبهرة على مسافة ١٨٠٠ كيلو متر مثلما قال المتنبى: "والخيل والليل والبيداء تعرفني، والسيف والرمح والقرطاس والقلم"، حيث يهدف إلى إبراز إسرائيل لقوتها العسكرية، وأنها دولة فارس شجاع، تواجه التحديات وتدافع عن نفسها بكل قوة، وترى الباحثة أنه على الرغم من أن إسرائيل تستخدم هذه الأبيات لتبرير سياستها، إلا أنها في الوقت ذاته تحاول أن تؤكد على عمق جذورها في الثقافة العربية، وأنها جزء لا يتجزأ من هذه الثقافة على حد زعمهم.

كذلك استعرضت الصفحة إمكانات وقدرات قوات الاحتلال الإسرائيلي في التعامل مع منازل المنتمين لمنظمات المقاومة الفلسطينية أو الذين يشته بانتمائهم إليها، بحصار هذه المنازل وهدمها وتصفية عناصرها، وتشريد عائلاتها وتدمير حياتهم، كما هو الحال في منشور يوم ٢٦/ أغسطس ٢٠٢٤م، حيث يزعمون بأن "قوات الجيش الإسرائيلي عثرت على وسائل قتالية من مخازن للذخيرة وصواريخ مضادة للدبابات وسكاكين بجانب مهد طفل في غرفة أطفال داخل شقة سكنية في قلب الحي" كدليل لروايتهم المزعومة بأن "حماس" تتحصن في مباني مأهولة بالسكان، وتختبئ بين صفوف المدنيين غير مبالية بالأطفال ولا النساء ولا كبار السن، وتصريح رئيس الوزراء "بنيامين نتنياهو" يوم ٣١/ أكتوبر ٢٠٢٤م، قائلاً: "لقد وجهنا ضربة إلى نقطة الضعف الإيرانية، وأثبتنا قدرتنا على الوصول لأي مكان في إيران، ثم استطرد المنشور بقوله: "لدينا جيش قوي واقتصاد متين"، وأيضًا منشور ٢٨/ أغسطس ٢٠٢٤م، قائلاً: "لقد أحببنا خطة حزب الله لإطلاق الصواريخ والمسيرات على أرضنا"، وذلك كدليل بأن صواريخ حزب الله لم تتمكن من المساس بإسرائيل، ولم تحقق أهدافها في حدوث أضرار جسيمة بها وبمواطنيها. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (السيد محمد أبو شعيشع ٢٠٢٢م)⁽⁵³⁾، والتي أثبتت أن المنشورات التي تضمنت إظهار التفوق العسكري الدائم لإسرائيل في فترات الصراع كانت نسبتها ٠.١%، بينما اتفقت مع دراسة (2018 Azran, Moran Yarchi- Tal Samuel)⁽⁵⁴⁾ والتي كشفت عن أن ٤٩% من منشورات صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على موقع الفيسبوك تركز على إظهار القوة العسكرية لإسرائيل

بهدف خلق الردع لدى الشعوب العربية، كما اتفقت مع دراسة⁽⁵⁵⁾ (Said Abu Mualla, 2017)، والتي أشارت إلى أن ٥٠% من منشورات صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على الفيسبوك تسعى إلى استعراض القوة العسكرية لإسرائيل بهدف تخويف الشعوب العربية، وبنفس النسبة موضوع التحقير والتهمك، حيث عملت إسرائيل بكافة السبل والحيل على تبرير وجودها بادعاء حجج وأساطير تسهل تنفيذ مخططاتها وتسوغ كيانها وتبرر ممارساتها في فلسطين⁽⁵⁶⁾، كما حاولت زعزعة إيمان الفلسطينيين بمبادئهم ومعتقداتهم القومية والسياسية، وتشكيكهم في شرعية قضيتهم وتحريضهم ضد قيادات حركات المقاومة، وذلك من خلال إطلاق مجموعة من الصفات السلبية والصور الكريهة، وانتهاج أسلوب التكرار الدائم في خطابهم بوصفهم الإرهابيين ومحاكاة الأفعال الداعشية في استباحة الدماء وتدمير المقدسات، حتى تتلاشى أية جوانب إيجابية لحركات المقاومة، حيث نشرت صفحة الدراسة بتاريخ ٢٦/ أغسطس ٢٠٢٤م، منشورًا عبارة عن صورة تزعم إسرائيل أنها لـ"السنوار" زعيم حركة "حماس" وهو يتنكر في زي امرأة منتقبة ليخرج بين الحين والآخر من الأنفاق المختبئ بها كما يزعمون، ويهدف هذا الادعاء إلى تشويه صورته والتقليل من مكانته والتحقير من شخصه كقائد مقاومة، مما يؤدي إلى غضب واستياء كبير في الجانب الفلسطيني والعرب. وفي هذا السياق استعانت الصفحة بالرسوم الكاريكاتيرية الساخرة من التهديدات النووية الإيرانية كما هو الحال في منشور ٢٨ أكتوبر ٢٠٢٤م، والذي يصف ضعف النظام الإيراني وعدم قدرته على مواجهة الضربات، إضافة إلى تعبيرات الخوف والهلع المرسوم على وجه الشخصية السياسية الإيرانية، وكأنه غير قادر على تحقيق تهديداته، وأيضًا الكاريكاتير الذي نُشر يوم ١/ أكتوبر ٢٠٢٤م، والذي يصف النظام الإيراني بالضعف والعجز عن الحفاظ على نفوذه ودعمه لحركات المقاومة، ففي الكاريكاتير تحاول الصفحة تصوير "الوزع" الذي يرمز إلى "إيران"، وهو نوع من الزواحف الصغيرة يتعلق بجدران ويحمل علم إيران، يظهر الوزع وكأنه يتخلى عن ذيله، الذي يرمز إلى نفوذها ودعمها لجماعات وحركات في المنطقة مثل حزب الله في لبنان والحوثيين في اليمن.

ثم في المرتبة السابعة المعتقدات والطقوس والأعياد الإسلامية واليهودية بنسبة ٣.٥٩%، فقد حرصت الدبلوماسية الإسرائيلية بمختلف الأساليب على استغلال الصفحة عينة الدراسة لإبراز الجوانب الإيجابية، أو ما يسمى بالمضامين الإنسانية للاحتلال، وبالتالي محاولة تجميل وجه الاحتلال في ظل هذا الواقع البائس، مما قد يسهم بشكل أو بآخر في تحسين سمعة دولة إسرائيل وكسب تعاطف الجماهير معها والتأثير عليه، ومن المفروغ منه أنها دولة احتلال لا تستحق التعاطف⁽⁵⁸⁾، حيث كانت الصفحة تروج له من خلال مضامين منتقاة لأخلاقياته وإنسانيته واحترامه لمختلف الديانات داخل المجتمع الإسرائيلي، سواء كانت إسلامية أو مسيحية، مع التأكيد المستمر على براءة الإسلام من أعداء إسرائيل، وذلك من خلال تهنئة الجماهير العربية والإسلامية في المناسبات والأعياد المختلفة، حتى يصل لهذه الجماهير إحساس أن هذه الصفحة تعبر عنهم وتشاركهم في كل ما يمرون به في حياتهم، ففي مناسبة الاحتفال بليلة القدر، نشرت الصفحة بتاريخ ٥/ أبريل ٢٠٢٤م منشورًا مصحوبًا بصورة لمئات المسلمين

في المسجد الأقصى المبارك وإقامة الصلوات، وكذلك مع حلول السنة الهجرية نشرت الصفحة منشورًا يوم ٧/ يوليو ٢٠٢٤م تدعو أن "تكون السنة الهجرية بادرة خير ويسود فيها التسامح"، مستشهدة بآية من سورة الحجرات: "يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبًا وقبائل لتعارفوا"، بهدف التأكيد على إيمان اليهود بروحانية الأديان والتعددية الدينية، وعلى ضرورة التعايش بسلام وأمان لجميع شعوب المنطقة، كما وجدت عدة منشورات تناولت العديد من المناسبات، كالتهنئة بحلول شهر رمضان، وعيد الفطر، وعيد الأضحى المبارك، بالإضافة إلى منشورات "جمعة مباركة"، كما في منشور بتاريخ ٩/ أبريل ٢٠٢٤م، حيث يظهر في الصورة بطاقة معايدة للمسلمين في عيد الفطر باستخدام عبارات "عيد فطر مبارك، وكل عام وأنتم بخير" بهدف استثارة العاطفة الدينية للمسلمين بمشاركتهم وتهنئتهم لهم، وذلك لإعطاء انطباع مضلل عن الاحتلال بعدم وجود عنصرية دينية، واحترام اليهود للأديان الأخرى ورغبتهم في التعايش.

كما لاحظت الباحثة خلال فترة الدراسة ادعاء الصفحة مرارًا وتكرارًا إلى أن دولة إسرائيل تحترم الديانة اليهودية، وتحرص بشدة على مشاركة الجمهور بالمناسبات والطقوس الإسرائيلية، لتعريفهم على العادات والتقاليد اليهودية، وذلك للتأكيد على أن دولة إسرائيل لها رموز وطقوس وشعائر دينية يمارسونها كأبي شعب له دين يمارس طقوسه في شتى بقاع العالم، كعيد الفصح، وهو عيد خروج بني إسرائيل من مصر، وعيد الحصاد، وفيه يحتفل اليهود بحصاد الشعير، وعيد الغفران، وعيد الأنوار، وعيد المظلة وغيرهم، ومن أمثلة ذلك ما نشرته الصفحة يوم ٢٥/ أبريل ٢٠٢٤م، عن احتفال أبناء الطائفة السامرية بعيد الفصح اليهودي على جبل "جريزيم" قرب مدينة نابلس، حيث يقومون بذبح القرابين". وترى الباحثة أن الدبلوماسية الإسرائيلية أولت اهتمامًا كبيرًا للجانب الديني بهدف تضليل الجمهور وإثارة عواطفه من خلال التلطف والترويج للتعايش والمحبة التي تسود داخل إسرائيل، بينما في الواقع تصعد إسرائيل من حربها الدينية ضد المسلمين والمقدسات باستباحة دماهم، وتدمير مقدساتهم، على سبيل المثال منشور بتاريخ ٩/ إبريل/ ٢٠٢٤م، "أكثر من مليون مصلاً أدوا الصلاة في المسجد الأقصى خلال شهر رمضان، تقبل الله صيامكم وصالح أعمالكم".

يتضح مما سبق أن إسرائيل حاولت التضليل بالواقع وتثبيت رواياتها المزيفة من خلال دس السم في العسل لتبويض صورتها، بادعائها أنها ليست ضد العرب والمسلمين، ولا تحمل أية كراهية لأي فلسطيني في غزة، وقولها بأنه على الرغم مما يصدر من أعمال وحشية من الذين لا يحترمون قدسية الأعياد والمناسبات، إلا أن جيش الدفاع - كما يصفون أنفسهم - يرسل التبريكات للمسلمين في الأعياد. وفي المرتبة الثامنة المقارنة بين "حماس" وإسرائيل بنسبة ٣.٣٣%، حيث استخدمت الصفحة أساليب دعائية ممنهجة في المقارنة بين إسرائيل و"حماس"، بهدف تبرئة إسرائيل من مسؤولياتها كقوة احتلال، وتحسين صورتها أمام الجمهور العربي، وإبعاد الأنظار عن الاحتلال والحصار الإسرائيلي، مع تقويض شرعية "حماس" وتحميلها مسؤولية المشكلات والأزمات الإنسانية والسياسية التي يعاني منها الفلسطينيون

في قطاع غزة، ومن أهم هذه الأساليب التي استخدمتها لتحقيق هدفها، تصوير إسرائيل كدولة حديثة ومزدهرة اقتصاديًا، ودولة توفر حقوقًا وحريات لمواطنيها، وتسوق إنجازاتها في التكنولوجيا والتعليم والطب، وتقدم نفسها كدولة رائدة عالميًا، والادعاء بأنها تسعى للسلام والتعايش وتقديم المساعدات الإنسانية للفلسطينيين في غزة، من خلال نشر فيديوهات أو مقالات عن مبادرات إسرائيلية، أو تصوير لشاحنات إسرائيلية تدخل غزة، وعلى النقيض من ذلك، تصور الصفحة "حماس" بقيادتها السيئة للقطاع، وتردي الأوضاع المعيشية السيئة في غزة، واهتمامها بالتركيز على الأنشطة العسكرية بدلاً من تحسين حياة سكانها، واتهامها باستخدام الأموال لبناء الأنفاق، والمسئولة عن التصعيد العسكري وعرقلة الحلول السياسية، وتعريض حياة الفلسطينيين للخطر من خلال إطلاق الصواريخ من المناطق السكنية، إضافة إلى عرقلة وصول المساعدات أو الاستيلاء عليها لأغراض عسكرية كما يزعمون، كما تستغل الصفحة شهادات سكان غزة ضد "حماس" وانتقادهم لها بشكل مباشر، من خلال نشر تعليقات تبرز تدمير أهل غزة من الظروف المعيشية وسوء الأحوال وتدمير المنازل وتحمل "حماس" المسؤولية لكل ما يحدث في القطاع، ومن هذه الأمثلة منشور بتاريخ ٤/ يونيو ٢٠٢٤م، الذي يقارن الوضع في غزة بالسودان، وتقديم إسرائيل كطرف إنساني يحرص على حياة المدنيين ويستخدم وسائل لتحذيرهم، مقارنة بميليشيات الدعم السريع وممارساتهم العنيفة مع المدنيين في السودان، كما حرصت الصفحة على استغلال الرسوم الكاريكاتيرية وإجراء مقارنات بصرية مباشرة بينهما لتعزيز رسائلها، كما في الكاريكاتير الذي نُشر بتاريخ ١٠/ يونيو ٢٠٢٤م، والذي يصور الجندي الإسرائيلي كشخص منقذ ويعمل على مساعدة الآخرين كما يظهر من عبارة "أنقذت ٤ مختطفين"، في المقابل يظهر الجانب الآخر كشخص قاتل يحمل سكينًا ملطخة بالدماء ويتفاخر بقتل أشخاص، محاولة الصفحة تقديم "حماس" كجهة تعتمد على الحقد والقتل، وتغرس هذه القيم السلبية في أفرادها.

كما سعت الصفحة إلى إثبات أن "حماس" لا تستهدف المدنيين فقط، بل من بين ضحاياها الفئات الأكثر ضعفًا مثل كبار السن والأطفال والنساء، كما هو الحال في منشور ٢٨/ أكتوبر ٢٠٢٤م، حيث استغل المنشور الصور والمفاهيم الدينية لتعزيز صورة إسرائيل كدولة أخلاقية وإنسانية، من خلال عرض صور لكبار السن وهم في حالة صحية تبدو متردية، واستخدام مفاهيم دينية مثل "البر بالوالدين في الإسلام"، مما يضفي طابعًا سلبيًا على "حماس"، ويظهرها كجهة تفتقر إلى الرحمة، وتستهدف الفئات الأكثر ضعفًا، بهدف إثارة مشاعر الغضب والتعاطف لدى الجمهور المسلم والعربي، ودفعهم للاعتقاد بأن أفعال "حماس" تتناقض مع القيم الدينية، مقارنة بإسرائيل التي تحترم هذه القيم، وأيضًا منشور ٢٦/ يونيو ٢٠٢٤م، الذي استخدم صورة طفل في حالة سعيدة وبريئة توحى بأن إسرائيل تهتم بالأطفال وحقوقهم، في مقابل إظهار "حماس" بانتهاك هذه الحقوق، ووصفها بأنها إرهابية، مما يعزز السرد بأن "حماس" لا تلتزم بالمعايير الإنسانية، ولا تراعي حقوق الإنسان، وذلك بهدف كسب تعاطف الجمهور من خلال اللعب على العاطفة الإنسانية.

يليهما بفارق بسيط وبنسب متساوية في المرتبة التاسعة تعرض اليهود للاعتداءات قديماً وحديثاً، وتكفيك القدرات العسكرية للمقاومة بنسبة ٣.٠٦%، حيث يشير تعرض إسرائيل للاعتداءات إلى الهجمات والاعتداءات التي واجهتها منذ تأسيسها عام ١٩٤٨م وحتى وقتنا الحاضر، خلال هذه الفترة خاضت عدة حروب وصراعات مع الدول العربية، مثال ذلك منشور بتاريخ ٦/أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي يسلط الضوء على رؤية إسرائيل لحرب أكتوبر ١٩٧٣م التي تسميها حرب الغفران بهدف التذكير بالخسائر المادية والبشرية التي تكبدتها إسرائيل، وإبراز دور الحرب في فتح مسار السلام، من خلال وضعها حدًا للصراعات العسكرية وفتح المجال لتوقيع اتفاقية السلام بين مصر وإسرائيل، مما يعكس رسالة تصالحية وتعزيزاً لمفهوم السلام، إضافة إلى تعرضها لهجمات واعتداءات من مجموعات المقاومة، شملت عمليات تسلل وهجمات صاروخية وتفجيرات انتحارية وغيرها من الأعمال التي مثلت تهديداً لوجودها وأمن سكانها، مما دفعها إلى اتخاذ إجراءات دفاعية وهجومية، ومن أمثلة ذلك ما نشرته الصفحة يوم ٧/أكتوبر ٢٠٢٤م، عن الهجوم الذي نفذته حركة "حماس" على إسرائيل في أكتوبر ٢٠٢٣م، والذي يصفه المنشور بأنه أكبر مجزرة تعرض لها اليهود في العالم منذ الحرب العالمية الثانية، وذلك من خلال إظهار التعاطف مع ضحايا الهجوم، وخاصة المدنيين، ووصفهم بأنهم "الصغير والكبير"، إضافة إلى التنديد بالهجوم، واصفاً المنشور منفذيه بالإرهابيين والشياطين الذين يعملون بأجندة إيرانية، ومصوراً إسرائيل كضحية للهجوم، ورد فعلها بأنه دفاع عن النفس.

وفيما يخص موضوع تفكيك القدرات العسكرية للمقاومة، من خلال رواياتها المزعومة وتصورها بأن الشخصيات المستهدفة في عمليات الاغتيال إرهابيون، ويعملون مع جهات تزعم أنها إرهابية، لذا تقوم باغتيالهم للانتقام وتعزيز الردع، مؤكدة على أن يدها الطويلة يمكن أن تطال أي شخص يعمل ضدها في أي مكان حول العالم، ويمكن القول بأن سياسة الاغتيال التي تقوم بها إسرائيل ضد المقاومة، وآخرها اغتيال "السنوار"، وقبله اغتيال زعيم حزب الله، ورئيس المكتب السياسي لحركة "حماس"، وقبلهما عملية اغتيال أخرى للرجل الثاني في حزب الله اللبناني "فؤاد شكر"، هي جرائم حرب تضاف إلى سلسلة الجرائم التي تنفذها إسرائيل منذ بدء عدوانها على غزة، حيث تمثل انتهاكاً صارخاً لمبادئ القانون الدولي وميثاق الأمم المتحدة، كما أنها تهدد أمن واستقرار منطقة الشرق الأوسط بشكل خطير⁽⁵⁹⁾، وقد نشرت الصفحة منشورات عدة، منها فيديو نُشر بتاريخ ٣١/ يوليو ٢٠٢٤م، والذي يسلط الضوء على شخصية قيادية بارزة في حزب الله، ويصفه بأنه المسئول عن جرائم بشعة بهدف إثارة الرأي العام ضد الحزب وقياداته، إضافة إلى تعزيز السردية الإسرائيلية التي تسعى من خلالها إلى تقديم نفسها كضحية للهجمات التي تنسب إلى حزب الله، مع التركيز على تأثيرها على المدنيين، مثل ذكر "مقتل ١٢ طفلاً" مما يهدف إلى كسب التعاطف الدولي، يليهما في المرتبة العاشرة وبفارق بسيط وبنسب متساوية كل من إنجازات دولة إسرائيل في كل المجالات، ومحتوى إثارة نقاش تفاعلي بنسبة ٢.٧%، ويقصد بإنجازات إسرائيل: مجموعة التطورات والنجاحات التي حققتها دولة إسرائيل في مجالات مختلفة، كالابتكارات في مجال

التكنولوجيا، والزراعة والصحة والرياضة، والابتكارات العلاجية والطبية التي تسهم في تحسين الرعاية الصحية بشكل عام، والتطور الاقتصادي وانعكاسه على الرخاء الاقتصادي الذي يعيشه الإسرائيليون، والنجاحات العسكرية وتحقيق التفوق في المنطقة، والإنجازات الدبلوماسية وإقامة علاقات مع دول أخرى، وتمثل ذلك المحتوى في منشورات عديدة، منها على سبيل المثال: ما نشرته صفحة الدراسة بتاريخ ٤/ يونيو/ ٢٠٢٤م، عن تطوير جرار تراكاتور لمسير آلي يعمل في الحقول دون الحاجة إلى سائق، مما يوفر العديد من القوى البشرية المطلوبة ويضمن زيادة الإنتاج الزراعي، وبالتالي التغلب على النقص في المنتجات الغذائية في العالم، وترى الباحثة أن الهدف من إبراز الصفحة لهذه الإنجازات بشكل مستمر هو خلق صورة ذهنية إيجابية ومثالية عن المجتمع الإسرائيلي، وهو ما ينعكس على تقييم الشعوب العربية لإسرائيل بأنها نموذج يحتذى به، أما فيما يتعلق بمحتوى إثارة الصفحة لنقاش تفاعلي فيقصد به: دعوة الصفحة لمتابعيها بالتفاعل مع قضايا حساسة أو مواضيع معينة وطرحها عليهم بطريقة تخدم الأجندة الإسرائيلية، من خلال استخدامها لأساليب متنوعة لفتح باب الحوار والخطاب المباشر مع الجماهير واستدراجهم للتفاعل، من أجل تغيير قناعات الرأي العام العربي وأفكاره، وتشتيت انتباهه عن القضايا الرئيسية، وتمثل ذلك في منشورات عديدة، منها على سبيل المثال منشور بتاريخ ١٠/ أكتوبر ٢٠٢٤م، في شكل سؤال موجه لمتابعي الصفحة من أجل جذب تفاعل ومشاركة وتعليق أكبر عدد من مستخدميها، سواء كان التعليق إيجابياً أو سلبياً، لزيادة انتشارها وتعزيز وجودها على المنصات، وأيضاً الكاريكاتير الساخر الذي نُشر بتاريخ ٢/ أبريل ٢٠٢٤م، في صيغة السؤال كأداة للاتهام الضمني إذ يقول "من الذي يقوم بحرمان أهالي غزة من المساعدات الدولية؟"، يوحي بأن هناك طرفاً مسؤولاً عن المشكلة، ويجعل المتابع يتساءل بشكل ذاتي ويصل إلى الاستنتاج الذي تريد الصفحة زرعه، بأن المقاومة أو الأوتروا هي السبب في معاناة سكان غزة، وغيره من المنشورات التي تحمل نفس المعنى.

وفي المرتبة الأخيرة جاء محتوى إسرائيل دولة لها تاريخ وحضارة بنسبة ١.٤٦%، في إطار الحديث عن العلاقات التاريخية مع الشعوب العربية، وذكريات قيام إسرائيل والشخصيات التاريخية الداعمة لها وذكريات الهولوكوست وضحاياها، وحياة وتعايش اليهود في محبة وتعاون قديماً في دولة واحدة، وترى الباحثة أن الغرض الأساسي من اهتمام الصفحة بهذا المحتوى هو تعزيز رواية إسرائيل عن الشرعية التاريخية واستمرارها وتوسعها، فهم يعملون على فكرة متأصلة لديهم بتاريخهم بأن فلسطين لهم وتحت إدارتهم بالكامل، لذلك يسخرون كل الوسائل والتقنيات والاستمالات، ويتقنون في اختيار المصطلحات والألفاظ التأثيرية والمقولات الجديدة للوصول إلى هذا الهدف، والسيطرة على مقومات الدولة الفلسطينية الثقافية والتاريخية والدينية، ونسبها إلى أنفسهم (60)^١، ومن أمثلة ذلك الفيديو الذي نشرته صفحة الدراسة يوم ١١/ يونيو ٢٠٢٤م، والذي يستحضر مواقف بطريقة درامية قد تبدو إنسانية ومليئة بالحنين لليهود

^١ نيفين نسيم سليمان: دلالات توظيف الكيان الإسرائيلي للعلاقات العامة الرقمية خلال حروبه على قطاع غزة (حرباً ٢٠٢١-٢٠٢٢م)، مرجع

العرب في الماضي لجذب الانتباه وتحقيق التفاعل، والإشارة إلى أن اليهود كانوا جزءًا من النسيج الاجتماعي في الدول العربية قبل تهجيرهم، وتصويرهم في الدول العربية كضحايا للأنظمة العربية السابقة، مما يعزز السردية الإسرائيلية عن كونهم شعبًا اضطُهدَ واستحق وطنًا قوميًا، كما طرحت الصفحة منشورات عديدة كنماذج للتعايش بين العرب واليهود كما هو الحال في منشور يوم ٤/ يونيو ٢٠٢٤م، والذي يسلط الضوء على شوارع القدس التي تحمل أسماء شخصيات ورموز عربية وعالمية محبوبة ومعروفة، مثل المتنبي وأم كلثوم، بهدف كسب ود الجمهور العربي، أو على الأقل تخفيف العداء تجاهها، وإضفاء الشرعية على سيطرتها على القدس، وكأنها مدينة إسرائيلية مفتوحة ومتصالحة مع مختلف الثقافات، مقابل تخفيف التركيز على الصراعات السياسية والاحتلال في القدس وفلسطين، وأيضًا منشور ٨/ أبريل ٢٠٢٤م، الذي يستغل الشخصيات التاريخية لترسيخ فكرة أن إسرائيل ليست في صراع مع التاريخ الإسلامي بل تسعى للعيش بسلام معه، ما يساهم في تلطيف صورتها عالميًا وعربيًا، حيث يبرز المنشور وجود شارع في إسرائيل يحمل اسم الخليفة العباسي الذي كان من أبرز خلفاء الدولة العباسية، ورمزًا للعصر الذهبي الإسلامي.

ب: نوع القوالب التحريرية المستخدمة في تقديم المضمون:

جدول (٢)

يوضح القوالب التحريرية المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية

نوع القالب التحريري المستخدم في تقديم المضمون	ك	%
١- خبر	201	26.76
٢- تقرير	190	25.30
٣- مواد الراي	136	18.11
٤- قصة	67	8.92
٥- اقتباس	64	8.52
٦- سؤال مباشر	52	6.92
٧- مقال	26	3.46
٨- بيان صحفي	15	1.98
المجموع	751	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق تنوع القوالب الفنية المستخدمة من قبل الصفحة، حيث جاء الخبر في صدارة القوالب التحريرية المستخدمة في الصفحة بنسبة بلغت ٢٦.٧٦%، لأنه من أكثر القوالب سهولة، نظرًا لأن عملية صياغة الخبر تتم بأسلوب مختصر يتضمن المعلومات الأساسية والتوجهات المراد إيصالها بشكل مباشر، إضافة لقلّة تفاصيله وصغر حجمه، مثل نشر أخبار تتعلق بالتعاون الدولي، والتزام القوى الدولية بحماية إسرائيل والوقوف بجانبها، وكذلك نشر أخبار تتناول تصريحات الناطق بلسان جيش الدفاع على عثر القوات الإسرائيلية - على طول محور فيلادلفيا- على عشرات المنصات الصاروخية الجاهزة للإطلاق، وأيضًا تصريحات وزير الخارجية الأمريكي بضرورة حماية أمن

إسرائيل، وكذلك الأخبار عن الإنجازات التكنولوجية، والتعايش والسلام والحياة اليومية في إسرائيل بهدف تحسين صورتها الذهنية لدى المتابعين العرب، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد أبو الروب، وآخرين ٢٠٢٤⁽⁶¹⁾)، حيث احتلت النصوص الإخبارية المرتبة الأعلى من المنشورات بنسبة ٣٤.٢%، كما اتفقت مع دراسة (مريم عادل وليم ٢٠٢٤م)⁽⁶²⁾، حيث جاء الخبر الصحفي في صدارة القوالب الصحفية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة بنسبة ٤٤.٧%، ويليه قالب التقرير الإخباري، ودراسة (إيمان سيد علي)⁽⁶³⁾، حيث احتل الخبر المرتبة الأولى في الصفحات عينة الدراسة بنسبة ٣١.٨%.

وفي المرتبة الثانية جاءت التقارير بنسبة بلغت ٢٥.٣٠%، حيث تدعم التقارير المواقف والروايات الإسرائيلية من خلال نشر تقارير مضللة، وبيانات تبدو مدعومة بالأدلة، مع إظهار الطرف الآخر بأنه المسؤول عن الضرر الذي لحق بسكان غزة، على سبيل المثال تقارير تبرز استخدام "حماس" للبنية التحتية كقواعد لإطلاق الصواريخ مثل المدارس والمستشفيات، وأيضًا نشر تقارير لتبرير الهجمات الإسرائيلية كرد ضروري بناءً على أرقام وإثباتات، مثل عدد الصواريخ التي أطلقت نحو إسرائيل، أو المواقع المستهدفة، وعدد الخسائر والإصابات، وكذلك تقارير تصور إسرائيل كطرف متعاون وملتزم بإنساني من خلال جهودها في تقديم المساعدات الإنسانية لسكان غزة، وتوفير ما يمكنهم للعيش في سلام. وترى الباحثة بأن هذه النتيجة ترجع إلى طبيعة الصراع محل التحليل، وما يشهده من أحداث متلاحقة وسريعة تستدعي تغطيتها فوراً وبشكل إخباري، بالإضافة إلى المتابعة المستمرة لها بمزيد من الشرح والتوضيح والتفسير لهذه الأحداث، وذلك من خلال قالب التقرير.

يليه في المرتبة الثالثة مواد الرأي بنسبة ١٨.١١%، هذه المواد تركز على تبرير المواقف السياسية والعسكرية الإسرائيلية، مستخدمة شهادات وأقوال لمواطنين عرب من مختلف البلدان، لتجميل صورة تبدو قبيحة للجميع، ففي كل نزاع مسلح تُحاكى روايات تُبرر الأعمال الإسرائيلية مهما كانت وحشيتها، محولة إياها إلى ردود فعل على أعمال إرهابية، هذا التوجه لا يتوقف عند الحد من تبرير الأعمال، بل يتعداه إلى خلق واقع جديد تماماً يُظهر إسرائيل كدولة مثالية، ومعقل للديمقراطية والتقدم والسلام، في مواجهة أعداء تُصورهم صفحة الدراسة بصفات سلبية، كالتخلف والإرهاب، مثال ذلك نشر الصفحة لآراء تشير إلى استخدام "حماس" للمدنيين كدروع بشرية، مدعومة بقصص وشهادات، ولكن الأمر لا يقتصر على ذلك، فقد تضمنت هذه المواد أيضاً شهادات مؤثرة لعائلات غزية فقدت أفرادها، تصف الدمار الهائل الذي حل بمنزلها، كأنها قصائد حزينة تروى بأسلوب موضوعي، تبرز صورة مُعاكسة للتصوير الإعلامي الرسمي لإسرائيل، ولم تكتفِ الصفحة بنشر آراء مؤيدة، بل استخدمت أيضاً أصواتاً لشخصيات بارزة تعرف بمواقفها المؤيدة لإسرائيل وتضعف من موقف المقاومة، من بين هؤلاء، نجد شخصيات مصرية ك"إبراهيم عيسى"، ولبنانية ك"طوني بولس"، و"هادي مشموشي"، و"حازم طاغية"، و"روان عثمان"، وأخرى أردنية ك"سرين صبحي"، وكويتية ك"فجر السعيد"، و"فؤاد الهاشم"، وإماراتية كالداعية "وسيم يوسف"، بالإضافة إلى سعوديين مثل "محمد الساعد"، وحتى بعض رجال الدين كالإمام "حسن

الشلغومي" في باريس، و"محمد علي الحسيني" أمين عام المجلس الإسلامي العربي، وغيرهم الكثيرون ممن يشكلون جبهة متماسكة تدافع عن وجهة نظر محددة.

ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد، فقد لاحظت الباحثة أن الصفحة تبرز تعليقات من متابعيها تعكس تأييداً قوياً لإسرائيل، مثال ذلك، منشور نُشر في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢٤م، يُوحى بقبول واسع النطاق بين العرب لأفعال إسرائيل، مستشهداً بتعليقات إيجابية تعبر عن هذا التأييد، مثل "عاشت إسرائيل" و"سلمت الأيادي" كدليل على أن إسرائيل قوة فعّالة قادرة على تحقيق أهدافها، وكأنها تُريد أن تظهر أن إسرائيل تحظى بدعم شعبيّ عربي واسع، أما منشور آخر نُشر بتاريخ ١٥ يونيو ٢٠٢٤م، فاستخدم أسلوباً مختلفاً بعض الشيء من أجل تشويه صورة "حماس"، ووصفها بدواعش "حماس"، مُحاولاً ربطها بجماعات إرهابية متطرفة بهدف تقويض شرعيتها، بالإضافة إلى استخدام تعبيرات كـ"المعركة المقدسة"، مما يضيف نوعاً من التبدير الديني والأخلاقي على الأعمال الإسرائيلية، وكأنها حرب مقدسة لا بدّ منها. وترى الباحثة أن الدبلوماسية الإسرائيلية استطاعت توظيف مواد الرأي لتشكيل الرأي العام بشكل موجه، مستخدمة تقنيات متنوعة، معززة ذلك بمجموعة من الأساليب الدقيقة، تمكنها من تغيير مُعطيات الواقع بطريقة مُحكمة.

وفي المرتبة الرابعة جاء قالب القصة بنسبة بلغت ٨.٩٢%، من خلال نشر الصفحة لقصص إنسانية تتعلق بمعاناة الأفراد والعائلات اليومية بسبب الصواريخ والهجمات، وتبرز الضرر الذي تسببه فصول المقاومة بهدف تقويض شعبيتها بين الجمهور العربي، إضافة إلى إبرازها لقصص عن أفعال وجرائم وصفتها بأنها إرهابية، بجانب تهديدها المباشر للسلام والأمن، ومن أمثلة ذلك إظهار الصفحة قصص أطفال مصابين أو قتلى نتيجة الصراعات والهجمات، مع تسليط الضوء على ضحايا الجانب الإسرائيلي أو المدنيين المتأثرين من العمليات العسكرية، إلى جانب إبراز بطولات الجيش الإسرائيلي، على سبيل المثال: قصص عن جنود إسرائيليين يخاطرون بحياتهم لإنقاذ أطفال - سواء كانوا فلسطينيين أو إسرائيليين - أثناء الاشتباكات لتبرير العمليات العسكرية وتصويرها على أنها دفاعية وإنسانية، وليست هجومية، ومن أمثلة ذلك: منشور بتاريخ ٦/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي سلط الضوء على ما يوصف بشجاعة الضباط وإظهار إسرائيل كطرف يقوم بحماية المدنيين وفقاً لقيم الشجاعة والدفاع عن النفس، ومنشور آخر يوم ٢/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي يصور حركة "حماس" كجهة مسؤولة عن الإبادة الجماعية، وإبراز معاناة الإسرائيليين كضحايا من خلال إبراز قصة عائلة "كورتيز" التي تم قتلها وفقاً لمزاعم الصفحة على يد مسلحين تابعين لحركة "حماس"، وتركيزها على تفاصيل عاطفية، مثل أسماء العائلة وأعمارهم، لتعزيز الأثر النفسي للمنشور وحشد الدعم الدولي للرواية الإسرائيلية، وفيديو نُشر يوم ١٩/ يونيو ٢٠٢٤م يظهر مشاهد الدمار والتعليقات المصاحبة، وإرفاقه بأسماء قادة مثل "هنية" و"السنوار" من أجل توجيه الغضب نحوهم وربطهم مباشرة بالدمار، وخلق شعور بالسخط العام على الوضع القائم، وتحفيز الجمهور لإلقاء اللوم عليهم، وأيضاً ما نشرته الصفحة يوم ١٩/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي يتضمن قصة الفتاة اليزيدية

فوزية، التي تجمع بين المعاناة الإنسانية والهجوم على "حماس"، من خلال ربط حركة "حماس" بأكثر التنظيمات المكروهة عالمياً داعش، لإقناع متابعي الصفحة بأن "حماس" تتبنى نفس السلوك الوحشي، وذلك عن طريق إثارة المشاعر الإنسانية بتسليط الضوء على تفاصيل مؤلمة، مثل الاختطاف والتجويد والاستبعاد؛ بهدف إثارة التعاطف مع الضحية، وإظهار المعتدين وفقاً لروايتهم كأشخاص بلا إنسانية، يضاف إلى ذلك سعي إسرائيل إلى الضغط على حركة "حماس" وإضعاف موقفها أمام المجتمع الدولي، من خلال اتهامها بارتكاب جرائم غير إنسانية، مقابل تقديم نفسها كقوة تحرير، حيث يشير المنشور إلى أن الضحية تمكنت من سرد قصتها بعد تحريرها من قبل القوات الإسرائيلية، مما يعزز صورة إسرائيل أمام جمهورها كدولة تحارب الإرهاب وتدافع عن حقوق الإنسان والقيم الإنسانية، وترى الباحثة أن استغلال الصفحة لمقاطع فيديو وشهادات مفبركة من داخل وخارج المناطق الفلسطينية لعرض وجهات نظر المتضررين، يكون الهدف من ورائه تعزيز أكاذيبها وتحسين صورتها أمام العالم من أجل كسب التعاطف الدولي.

ومما سبق يمكن القول بأن القصة وسيلة فعّالة استطاعت الدبلوماسية الإسرائيلية استغلالها بحكمة لإبراز الرواية الإسرائيلية بشكل درامي وإنساني، من أجل تشويه صور خصومها وتحميلها مسؤولية المعاناة، وتحفيز المشاعر لدى الجمهور، مما يخلق تفاعلاً قوياً مع المنشور، إلى جانب أن القصص تسهل نقل الرسائل المعقدة بطريقة جذابة وبسيطة، مما يجعل الجمهور يتبنى أهداف الصفحة بسهولة ويسر، بينما في المرتبة الخامسة استخدمت الصفحة قالب الاقتباس بنسبة ٨.٥٢%، لإضفاء مصداقية على رواياتها المزعومة وإيصالها بطريقة أقوى، وإضعاف خصومها من خلال استغلال كلمات أشخاص أو جمل محددة بطرق تخدم الأهداف الإعلامية الإسرائيلية، حيث تنوعت هذه الاقتباسات، فبعضها استخدم آيات قرآنية مجتزأة محولة معناها ليناسب السرد الإسرائيلي الذي يروج لفكرة أنها تهتم بالقيم الإنسانية وتسعى إلى إنقاذ الأرواح، وأن عملياتها العسكرية تتماشى مع القيم الأخلاقية، كما هو الحال في مقطع فيديو نُشر يوم ٨/ أبريل ٢٠٢٤م، الذي حاولت فيه الصفحة التركيز على إنقاذ امرأة وأطفالها لتبرز أنها تقوم بأعمال إنسانية حتى أثناء الصراع، عن طريق إظهار صورة لجندي إسرائيلي وصف بالبطل لدوره الإنساني في هذه القصة، على الرغم من مشاركته كمقاتل في الحرب، بهدف تمجيد الجنود الإسرائيليين وتصويرهم على أنهم ليسوا فقط مقاتلين، بل أيضاً أبطال يقومون بأعمال إنسانية، ولم يتوقف الأمر عند ذلك، فقد وجدت منشورات لا تحتوي في ظاهرها على اقتباس مباشر، ولكن تلاعبت بلغة مألوفة ثقافياً ودينيًا مرتبطة بشهر رمضان، مثل عبارة "تقبل الله منكم صالح الأعمال"، هذه اللغة تعكس محاولة الاقتراب من خطاب الجمهور العربي بلغة تلامس المشاعر الدينية والتقاليد الإسلامية، كما أظهرت الصفحة منشورات للمسلمين يصلون في ساحات إسرائيل يوم الجمعة وأيام الأعياد، مرفقة بتهاني وتبريكات للمسلمين.

يليه قالب السؤال المباشر في المرتبة السادسة بنسبة ٦.٩٢%، وذلك من خلال إثارة النقاشات وتحفيز التفكير النقدي في القضايا المتعلقة بتبرير الإجراءات العسكرية الإسرائيلية وحقوق الإنسان والمسئولية الدولية، كما هو الحال في منشور ٢٧/ أغسطس ٢٠٢٤م، الذي يهدف إلى تشويه صورة "حسن نصر الله" باستخدام أسلوب هجومي يعتمد على السخرية والإهانة، وربط اسمه بصفات تحرض على كراهيته، مع دعوة المتابعين لتحديد صفة سلبية تنطبق عليه، باختيار إحدى الكلمات المحيطة بالصورة مثل "محتال"، "شيطان"، "إرهابي"، وذلك لتأكيد السردية السلبية وتشويه صورته، كما أن نشر مثل هذه الأسئلة والصور تهدف إلى التأثير على أتباع حزب الله عن طريق الاستغزاز وتقليل الهيبة التي يتمتع بها بين أنصاره، كما طرحت الصفحة عدة منشورات ساخرة من أجل جذب انتباه المتابعين وزيادة التفاعل مع المنشور، سواء بالإيجاب أو بالسلب، كما في منشور ٢٩/ أغسطس ٢٠٢٤ الذي استخدم صورة لشخص (عادل إمام) على سرير في غرفة طوارئ، بهدف تصوير "حماس" بعدم قدرتها على إدارة الصراع، فهي في حالة انهيار وهزيمة، من أجل تقليل شأنها وإضعاف صورتها أمام الجمهور، وفي الترتيب السابع جاء المقال بنسبة ٣.٤٦%، حيث استخدمت الدبلوماسية الإسرائيلية قالب المقال كأداة للسيطرة على السردية الإسرائيلية مستهدفة التلاعب بالعقول وتبرير أفعالها العسكرية أمام الجمهور العربي والدولي، حيث يسمح لهم بتقديم سرد مطول ومفصل يعرض وجهة نظرهم حول الأحداث، وإضافة قصص شخصية تعبر عن معاناة الإسرائيليين تحت صواريخ المقاومة، وإدخال تفاصيل مليئة بالمعلومات المضللة تدعم ادعاءاتهم، مع تصوير نفسها كدولة ملتزمة بالقوانين الإنسانية في محاولة لتجميل صورتها أمام العالم، وقد طرحت الصفحة عدة منشورات منها ما يسلط الضوء على إطلاق الصواريخ من غزة نحو المناطق الإسرائيلية، وتحميل الحركة مسئولية تدهور الأوضاع الإنسانية، ومنها ما يبرز المساعدات الإنسانية المقدمة لسكان غزة، لتصوير إسرائيل كدولة تهتم بالبعد الإنساني، على الرغم من العمليات العسكرية المستمرة.

وأخيراً البيان الصحفي في الترتيب الثامن بنسبة ١.٩٨%، حيث استخدمت البيانات الصحفية الإسرائيلية كأداة رسمية لتنظيم وتوجيه الرسائل الإعلامية، لاسيما في سياق الرد على الانتقادات الدولية، بهدف إضفاء شرعية على عملياتها الهجومية من خلال بناء رواية مقنعة لأحداثها العسكرية، محاولة بذلك التخفيف من وطأة الانتقادات المتعلقة بسقوط ضحايا مدنيين، ويمكن القول بأن هذه البيانات تهدف بشكل أساسي إلى إبرازها كدولة ملتزمة بالقانون الدولي وحقوق الإنسان، حتى في خضم الصراعات، من خلال استخدام مصطلحات محكمة كـ"الدفاع عن النفس" و"مكافحة الإرهاب"، مع التركيز الشديد على تجنب استهداف المدنيين، فمثلاً نشرت بيانات تعلن عن استهداف مواقع عسكرية لـ"حماس" وحزب الله مع التأكيد على عدم وقوع إصابات بين المدنيين، وبيانات أخرى لتوجيه الاتهامات لحركات المقاومة باستخدام المدنيين كـ"دروع بشرية" لتبرير أي أضرار تلحق بالسكان.

ج: مصادر المعلومات الواردة في منشورات الصفحة:

جدول (٣)

يوضح مصادر المعلومات الواردة في الصفحة عينة الدراسة

مصادر المعلومات المستخدمة في منشورات الصفحة عينة الدراسة	ك	%
١- إدارة الصفحة نفسها.	521	69.37
٢- مسئولين إسرائيليين.	103	13.71
٣- مواقع إعلامية وإخبارية إسرائيلية.	76	10.12
٤- وسائل إعلامية وصفحات عربية على مواقع التواصل.	51	6.79
المجموع	751	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق اعتماد الدبلوماسية الإسرائيلية على مصادرها الداخلية لبناء خطابها الإعلامي لكي تستطيع إقناع الرأي العام وتوجيهه نحو وجهة نظر محددة، فقد بلغت نسبة الاعتماد على المصادر التابعة لإدارة الصفحة نفسها ٦٩.٣٧%، بينما بلغت نسبة الاعتماد على المصادر المرتبطة بمسؤولين إسرائيليين ١٣.٧١%، ويرجع السبب في ذلك إلى ضمان انسجام رسالتها مع السياسة العامة للحكومة الإسرائيلية، مما يتيح لها التحكم الكامل في سرد الأحداث، وتجنب أية معلومات قد تعارض مصالحها، أو تقدم رواية مغايرة، وهذا ليس بالأمر الغريب، خاصة بالنظر إلى أجندة الإعلام الإسرائيلي المعروفة والتي غالبًا ما تشبه حربًا باردة من الدعاية الصهيونية والمقاصد الخبيثة لتزييف الحقائق وتوجيه الرأي العام، لذا كان من الطبيعي الاعتماد على هذه المصادر الداخلية الخاصة لانتقاء الأخبار وإعادة صياغة الأحداث بطريقة تتماشى مع الموقف الإسرائيلي الرسمي، والذي لا يمكن تحقيقه إذا اعتمدت على مصادر خارجية أخرى، كالمصادر العربية أو الدولية التي تنتقد إسرائيل، لأن هذه المصادر غالبًا ما تقدم روايات مختلفة عن الأحداث، ولذلك تتجنب الصفحة الاستشهاد بها حتى لا تعطىها شرعية أو مصداقية أمام جمهورها، وتؤكد هذه النتائج ما توصلت إليه دراسة (أحمد على عريقات وآخرون ٢٠٢١م) (64)، حيث احتل الاعتماد على الذات المرتبة الثانية كأحد مصادر صفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي بنسبة ٢٢.٧٦%.

كما جاء في المرتبة الثالثة: المصادر التابعة لمواقع إعلامية وإخبارية إسرائيلية من أجل تعزيز مكانة الإعلام الإسرائيلي بين الجمهور العربي، ودفع المتابعين للبحث عن الأخبار من الإعلام الإسرائيلي نفسه، مما يمنح الصحف والمواقع الإسرائيلية المزيد من النفوذ في العالم العربي، حيث اعتمدت الصفحة على مصادر إسرائيلية للحصول على أخبار وصور ورسوم كاريكاتورية، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (محمد أبو الروب وآخرون ٢٠٢٤م) (65)، حيث احتلت المواقع الإعلامية والإخبارية الإسرائيلية المرتبة الثانية بنسبة ٢٦.٣%، أما اعتماد الصفحة على وسائل إعلامية وصفحات عربية على مواقع التواصل فجاء في المرتبة الرابعة بنسبة ٦.٧٩%، من أجل إظهار أن هناك تأييدًا عربيًا لإسرائيل، من خلال نشرها لأخبار من مواقع إعلامية عربية، وطرح محتوى من صفحات لشخصيات عربية على مواقع

التواصل الاجتماعي تدافع عن فكرة التعايش والسلام مع إسرائيل، وتتبنى خطابًا متسامحًا مع إسرائيل من أجل تعزيز حضور هذه الشخصيات وجعل خطابها أكثر انتشارًا، كنشر تصريحات إعلاميين أو أكاديميين عرب يقولون "إسرائيل ليست عدونا، بل يمكننا التعاون معها"، وتصريحات أخرى تجعل إسرائيل تبدو الضحية وتهتمش الرواية الفلسطينية، وترى الباحثة أن الاعتماد على هذه المصادر العربية يعطي مصداقية وشرعية أكثر لمحتواها بين الجمهور العربي، حيث يكون تأثير الكلام القادم من شخصية أو وسيلة إعلام عربية أكبر على الجمهور العربي من التصريحات الإسرائيلية المباشرة، وتختلف هذه النتائج مع دراسة (أحمد على عريقات وآخرون ٢٠٢١م) (٦٦)، حيث جاءت نسبة عدم الاعتماد على الذات كمصدر للمعلومات والأخبار التي يقدمها الناطق باسم الجيش الإسرائيلي بالمركز الأول بنسبة قدرها ٢٧.٧%، وانطلاقًا مما سبق؛ يمكن القول بأن هذه الصفحة ليست مجرد منصة تواصل اجتماعي، بل هي أداة إعلامية موجهة تستهدف التأثير على الرأي العام العربي، باستخدام الإعلام الإسرائيلي كوسيلة لنقل المعلومات بطريقة محسوبة ومدروسة.

د: الأهداف التي يسعى المنشور إلى تحقيقها:

جدول (٤)

يوضح الأهداف التي تسعى الدبلوماسية الإسرائيلية إلى تحقيقها

الأهداف التي يسعى المنشور إلى تحقيقها	ك	%
١- تشويه صورة المقاومة بكافة وسائلها.	269	35.82
٢- إلقاء اللوم وتمثيل دور الضحية.	174	23.17
٣- التهديد والوعيد والتخويف لأعداء إسرائيل.	94	12.52
٤- إبراز مظلومية اليهود ودعمهم.	77	10.25
٥- التآليب والتحريض ضد المقاومة.	73	9.72
٦- إثارة الجوانب الدينية وادعاء الفضيلة.	37	4.93
٧- إثبات وجود إسرائيل التاريخي.	27	3.60
المجموع	751	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق أن تشويه صور المقاومة بكافة وسائلها أحد أهم أهداف الدبلوماسية الإسرائيلية، حيث جاء بالمرتبة الأولى بنسبة ٣٥.٨٢%، وذلك من خلال التضليل الإعلامي ونشر الأكاذيب باستخدام مصطلحات منحازة، مثل وصف المقاومة بـ"الإرهابية" أو "المتطرفة"، في حين تستخدم مصطلحات مخففة عند الحديث عن الجرائم الإسرائيلية، وتقديم عمليات المقاومة على أنها عدوان غير مبرر، متجاهلين عقودًا من الاحتلال والجرائم بحق الفلسطينيين، ونشر أخبار مفبركة تدعي انتهاك المقاومة لحقوق الإنسان من خلال استهدافها للمدنيين واستخدامهم كدروع بشرية دون أدلة موثوقة، من خلال التلاعب بالصور والفيديوهات وتزوير مشاهد المعارك، وعرض صور الدمار في غزة بطريقة توحى

بأن المقاومة هي السبب، مقابل تلميع صورة الجيش الإسرائيلي من خلال عرض صور الجنود وإنسانيتهم وهم يساعدون المدنيين، وكذلك تصوير الضحايا الفلسطينيين على أنهم ضحايا لأخطاء المقاومة بدلاً من الاعتراف بأن الاحتلال هو المسئول الأول عن قتلهم، وتشويه صورة القادة والمقاتلين والادعاء بأنهم يعيشون برفاهية بعيداً عن معاناة الشعب، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (مصطفى شكري ٢٠٢٠م)⁽⁶⁷⁾، حيث احتل هدف تشويه صورة الآخر المرتبة الرابعة بنسبة ١٣%، بينما اتفقت هذه النتيجة مع دراسة كل من (عز الدين الرنتيسي ٢٠٢٤م)⁽⁶⁸⁾، حيث احتل هدف تشويه صورة أعداء إسرائيل المرتبة الثانية بنسبة ٢٧%، ودراسة (خالد حامد أبوقوطة ٢٠١٩م)⁽⁶⁹⁾، حيث حصل أسلوب تشويه الفلسطينيين وتحميلهم المسؤولية وتجريدهم من الشرعية على الترتيب الأول بنسبة ١٧%، ومن أمثلة ذلك منشور ١٤ / أبريل ٢٠٢٤م، الذي يلقي اللوم على "إيران" ویتهمها بإطلاق الصواريخ باتجاه المقدسات الإسلامية، ويصورها بأنها تهدد القدس بدلاً من أن تكون محوراً داعماً للقضية الفلسطينية، من جهة أخرى يحاول المنشور إظهار إسرائيل كجهة تحمي المقدسات، من خلال الإشارة إلى أن القبة الحديدية تصدت لتلك الصواريخ. يليه في المرتبة الثانية هدف إلقاء اللوم وتمثيل دور الضحية بنسبة ٢٣.١٧%، حيث يتم تحميل حركة "حماس" المسؤولية عن المعاناة الإنسانية في القطاع، من خلال تحريف الحقائق ونشر روايات المزيفة، بهدف التأثير على الرأي العام العربي والعالمي، عبر تقديم إسرائيل في صورة المدافع عن نفسها ضد هجمات صاروخية غير مبررة، باستخدام منشورات تسلط الضوء على الهجمات الصاروخية التي تستهدف مدنًا إسرائيلية، مع التأكيد على أن هذه الهجمات تقتل وتدمر وتسبب رعباً للمواطنين الإسرائيليين، إضافة إلى توظيف الصفحة للغة دفاعية تؤكد أن إسرائيل تمارس حقها في الدفاع عن نفسها في وجه الإرهاب، مثل كلمة دفاع، حماية، رد. وترى الباحثة أن الدبلوماسية الإسرائيلية استطاعت التلاعب بالحقائق والمفاهيم، وزعمها بأنها لم تسع أبداً للتصعيد، ولكنها تقوم بالرد على الاعتداءات، وأن كل ما تفعله بمثابة عمليات دفاعية تقوم بها لحماية أمن واستقرار دولة إسرائيل، وبالمقابل صورت الصفحة حركات المقاومة بـ"القتلة"، واستهدافها للأمن النفسي والاجتماعي لإضعاف المعنويات، وتعكس هذه النتيجة اهتماماً كبيراً من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية في تكثيف الموضوعات التي تبرز صورة إسرائيل كدولة ضحية تخوض حرباً دفاعية ضد تهديدات متصاعدة، خاصة بعد كم الاعتداءات والاعتداءات الإجرامية التي كشفت زيف الاحتلال خلال هجمات الإبادة الجماعية التي نفذها جيش الاحتلال الإسرائيلي في قطاع غزة على مرمى ومسمع العالم⁽⁷⁰⁾.

في حين احتل هدف التهديد والوعيد والتخويف لأعداء إسرائيل المرتبة الثالثة بنسبة ١٢.٥٢%، حيث استخدمت الصفحة أساليب متعددة ضد حركات المقاومة وإيران بهدف ردعهم نفسياً وعسكرياً، من خلال إطلاق قادة إسرائيل والمسؤولين العسكريين تصريحات متكررة عن نيتهم في توسيع العمليات والهجمات واستهداف قادة المقاومة، مثل تصريحات رئيس الوزراء الإسرائيلي في منشور ٣٠ / أبريل ٢٠٢٤م، قائلاً: "فكرة وقف الحرب قبل تحقيق كافة أهدافها غير واردة في الحساب، وسندخل إلى رفح،

وسنقضي على الكتائب الحمساوية المتواجدة هناك، سواء مع الصفقة أو بدونها، في سبيل تحقيق النصر المطلق"، وأيضًا ما صرح به مسئول أمريكي في منشور ٣٠ أبريل ٢٠٢٤م، متوعدًا بأن "السنوار سيدفع الثمن على ما فعله"، وكذلك ما نشرته الصفحة يوم ٣١/ أكتوبر ٢٠٢٤م، قائلة: "جرائم حزب الله لن تمر بدون عقاب قاس، يجب استئصال هذا الورم الخبيث من جسد الدولة اللبنانية"، كما استعانت الصفحة بنشر مقاطع فيديو لطائرات إسرائيلية، لتأكيد جاهزيتها لأي تصعيد، وتنفيذ غارات جوية مكثفة واستهداف قادة المقاومة كرسائل تحذيرية لقيادات المقاومة، مع نشر منشورات حول اختراق اتصالات المقاومة ومعرفة خططها مسبقًا لإيصال رسالة بأن كل تحركاتكم مكشوفة، مما يثير القلق داخل صفوفهم، إضافة إلى طرح الصفحة لمنشورات عن استخدام الطائرات المسيرة لتصفية شخصيات بارزة في حركات المقاومة في أي مكان، مما يعزز الرعب لدى قادة المقاومة بأنهم غير آمنين حتى خارج غزة، إلى جانب وجود منشورات تحذيرية إسرائيلية لسكان المدنيين في مناطق تواجد حركات المقاومة، مطالبة إياهم بالابتعاد عن المواقف المستهدفة، مما يخلق حالة من الذعر والضغط على تلك الحركات، ومن أمثلة ذلك منشور يوم ١١/ أبريل ٢٠٢٤م الذي صرح فيه الناطق بلسان جيش الدفاع قائلاً بأن "إسرائيل قادرة على التعامل مع أي هجوم إيراني، كما أننا على أهبة الاستعداد لمواجهة أي هجوم"، ومنشور ٢٨/ سبتمبر ٢٠٢٤م الذي استخدم خطابًا عسكريًا شديد اللهجة مليئًا بالتحذيرات المباشرة وغير المباشرة، مثل التهديد بالقدرة على تنفيذ عمليات عسكرية بعيدة المدى، مع تلميح المنشور إلى إمكانية توسيع نطاق العمليات العسكرية، كما استعانت الصفحة بالاسترشاد بالأقوال الإسلامية لإضفاء طابع ديني على الوعيد والتهديد، وإعطاء شرعية أخلاقية ودينية لأفعال إسرائيل، مما يعكس محاولة زعزعة التأييد الشعبي للمقاومة الفلسطينية. مثال ذلك ما نشرته الصفحة يوم ٢٤/ أبريل ٢٠٢٤م، قائلة "بأن وقت تقديم الحساب للإرهابيين سيأتي لا محالة، إنه يمهل ولا يهمل"، الذي يوحي بأن إسرائيل ستنتقم من المقاومة عاجلاً أم آجلاً، مع محاولة إعطاء طابع القدر الإلهي لهذا الانتقام، مما يجعل الأمر يبدو وكأنه عقاب إلهي، وليس تهديدًا سياسيًا أو عسكريًا. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مصطفى شكري ٢٠٢٠م)⁽⁷¹⁾، حيث جاء هدف التهديد والوعيد في المرتبة الثالثة بنسبة ١٣.٧%.

وانطلاقًا مما سبق؛ ترى الباحثة أن التهديد والوعيد هو قاعدة أساسية قامت عليها دولة الكيان الإسرائيلي، واتبعتها خلال سنوات اغتصابها للأراضي الفلسطينية؛ لذلك تركز دولة الكيان وجيشها على هذا الهدف من أجل تخويف "إيران" وحلفائها من حركات المقاومة، وإرهاب الشعب الفلسطيني وزجره لوقف مقاومته.

يليه في المرتبة الرابعة هدف إبراز مظلومية اليهود ووجوب دعمهم بنسبة ١٠.٢٥%، وذلك من خلال التركيز الكامل على الضحايا الإسرائيليين، مع إظهار صور مؤثرة للأطفال والنساء وكبار السن المختطفين أو المصابين في المستشفيات، في المقابل تجاهل أو تقليل لحجم الضحايا الفلسطينيين، وتصويرهم كأرقام مجردة دون تسليط الضوء على معاناتهم بشكل مماثل، كما هو الحال عندما قصفت

إسرائيل مناطق في غزة وأوقعت آلاف الضحايا، ركزت الصفحة على حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها دون تغطية كافية للخسائر الفلسطينية، إضافة إلى محاولة الصفحة الربط بين هذه الحرب وتاريخ معاناة اليهود من خلال استحضار ذكرى الهولوكست مع النازية، مما يعزز صورة إسرائيل كضحية يجب دعمها، حيث تم استخدام تصريحات على الصفحة عند الحديث عن قتلى إسرائيل مثل "هذه أسوأ مجزرة ضد اليهود منذ الهولوكوست". وتعكس هذه النتيجة كيفية استخدام الدبلوماسية الإسرائيلية لتقنيات مختلفة لتوجيه الرأي العام نحو التعاطف مع إسرائيل وإبراز مظلوميتها، مما يساعد في تعزيز الدعم الدولي لها وتقليل الضغط على سياساتها العسكرية، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (عز الدين الرنتيسي ٢٠٢٤م) (72)، حيث احتل هدف وجوب الدعم لليهود أحد أهم أهداف الخطاب الإعلامي الإسرائيلي تجاه الجمهورية الإيرانية المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت ٣.٨%.

وفي المرتبة الخامسة: جاء هدف التآليب والتحريض ضد المقاومة بنسبة ٩.٧٢%، في إطار شيطنة المقاومة وربطها بالإرهاب ووصفها كجهة متطرفة ومعادية للقيم الدينية، وتعطل فرص السلام والازدهار، وتضرر بالأماكن المقدسة، بهدف تآليب الرأي العام الإسلامي ضد المقاومة وإظهارها كجهة تسيء للإسلام وتستغل الدين، مما قد يؤثر على دعمها في المجتمعات الإسلامية، وذلك من خلال نشر الصفحة مقاطع فيديو لهجمات صاروخية على المدن الإسرائيلية، مع تعليقات "هذا هو الإرهاب الذي تمارسه حماس ضد الأبرياء"، مع تحميل المقاومة مسؤولية الدمار في غزة بنشر تقارير عن وجود أسلحة في المستشفيات والمدارس، واتهامها بأنها تتعمد وضع المدنيين في خطر، لخلق انطباع بأن الضحايا الفلسطينيين سقطوا بسبب أفعال المقاومة، وليس بسبب القصف الإسرائيلي، كما حاولت الصفحة زرع فكرة أن الفلسطينيين أنفسهم يرفضون المقاومة، من خلال توليد الشعور بالظلم وانعدام الأمان، مما يساعد في تآليب الرأي العام ضدها، وذلك عن طريق نشر الأكاذيب والمعلومات والتلاعب بالصور والفيديوهات التي من شأنها تحريض الشعب الفلسطيني على المقاومة والتمرد عليها والعمل على إسقاطها وإنهاء حكمها، مثل نشر مقاطع فيديو لمواطنين فلسطينيين يهاجمون "حماس" وينتقدون وجودها في غزة، مع تعليقات توحى بأن الشعب الفلسطيني يرفض المقاومة، بسبب مسيراتهم الفوضوية التي لا يترتب عليها سوى أطفال مشردين وبيوت خالية من الدماء العائلي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مصطفى شكري ٢٠٢٠م) (73)، حيث احتل هدف التحريض المرتبة الخامسة بنسبة ١٠.٦%، كذلك حرصت الدبلوماسية الإسرائيلية على تحريض الدول العربية ضد "إيران" وحركات المقاومة، وأنها تمثل تهديداً محورياً لاستقرار المنطقة، وهذا ما ظهر في عدد من المنشورات كما هو الحال في منشور ١٤ / أبريل ٢٠٢٤م، في تغريدة لوزير الخارجية الإسرائيلي على موقع إكس في حديثه مع وزير الخارجية المصري مصرحاً بأن: "إيران تمثل تهديداً لاستقرار المنطقة"، وضرورة وقوف الدول جنباً إلى جنب لوقف التصعيد الإيراني، وأيضاً منشور ٢٩ / سبتمبر ٢٠٢٤م، الذي يصف "نبيل قاوون" بتورطه في الترويج لمخططات إرهابية ضد إسرائيل ومواطنيها مستخدماً عبارة "تم القضاء عليه" باللغة العربية باللون الأحمر كناية عن الخطر والدم،

واستطرد المنشور قائلاً: "محاسبة المجرمين تجري على قدم وساق، والحبل على الجرار"، مستهدفاً التحريض ضد قيادات حزب الله اللبناني، وتشوية الحقائق وإظهار أن اليهود أبرياء ومعتدى عليهم، وأن حركات المقاومة هم المعتدون، مما يؤدي إلى تحطيم الروح المعنوية للجمهور الفلسطيني والعربي باستعراض سيرة وتاريخ هؤلاء الشهداء، كما استعانت الصفحة بالرسوم الكاريكاتورية الساخرة لإبراز "إيران" كجهة داعمة للإرهاب وزعزعة الاستقرار في الشرق الأوسط، كما هو الحال في منشور ٢٣/ سبتمبر ٢٠٢٤م، عبارة عن صورة كاريكاتورية يجسد فيه "إيران" بامرأة متحجبة تحمل صاروخاً مكتوباً عليه "الحوثي" على هيئة رضيع، ومكتوب على الصاروخ كلمة "دعم" في إشارة إلى انتقاد الدعم الإيراني للحوثيين في اليمن، وتصويره على أنه سبب للصراع وعدم الاستقرار في المنطقة، وكذلك الكاريكاتير المنشور يوم ٢٤/ يونيو ٢٠٢٤م، الذي يشير إلى أن حزب الله يشكل تهديداً للبنية التحتية الحيوية مثل مطار بيروت، محاولاً استحضار ذكريات مرفأ بيروت، واستخدامه كوسيلة لإثارة قلق وخوف الجمهور اللبناني وتحريضه ضد حزب الله وأنشطته، حيث يصور المنشور الجزء العلوي من الكاريكاتير مجموعة من المدنيين في مطار بيروت، في مشهد طبيعي يعبر عن حياة يومية آمنة، والجزء السفلي يظهر مشهداً افتراضياً تحت الأرض، حيث يتم تخزين صواريخ إيرانية كبيرة يديرها الأمين العام لحزب الله، بهدف تعزيز فكرة أن حزب الله لا يكثر بأمن اللبنانيين ويعرضهم للخطر.

من خلال مما سبق، يمكن القول بأن الدبلوماسية الإسرائيلية استخدمت خطاباً تحريضياً ممنهجاً باستغلال كافة إمكانات وسائل الإعلام الرقمية لنشر أخبار مضللة والتلاعب بالصور والفيديوهات، والتركيز على الانقسامات الداخلية بهدف التأثير على الرأي العام العربي والعالمي، ودفع الفلسطينيين إلى فقدان الثقة بمقاومتهم، وترى الباحثة أن التحريض الإسرائيلي للمواطنين على "حماس" وتحريض الحكومة والشعب اللبناني على "حزب الله" معروف ومرصود، والهدف منه زرع الفتنة بين محور المقاومة الإسلامية وبين بعض الحكومات والشعوب العربية، لكنه لن يؤثر فيهم، فالشعوب العربية من المحيط إلى الخليج كلها ملتفة وبقوة حول المقاومة.

في حين احتلت المنشورات التي استهدفت إثارة الجوانب الدينية وادعاء الفضيلة المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٤.٩٣ %، من خلال تصوير إسرائيل كدولة متسامحة لا تعادي الإسلام، بل تحترم الأديان وحقوق المسلمين وتسعى للسلام، بهدف التأثير على الرأي العام العربي والإسلامي، وتخفيف الغضب الشعبي ضدها، عن طريق نشر صور لمسلمين يؤدون الصلاة في المسجد الأقصى مع ذكر عبارة "إسرائيل تحافظ على حرية العبادة لجميع الأديان"، وأحياناً عرض صور لجنود إسرائيليين وهم يقدمون التمر والماء للمصلين في القدس، كما حرصت الصفحة على استغلال الرموز الدينية اليهودية والإسلامية لتبرير الحرب، مثل نشر أو اقتباس آيات قرآنية تتحدث عن السلام لتقديم إسرائيل كدولة تدعو للسلام، مع الترويج لفكرة أن إسرائيل أرض الأنبياء، وأن اليهودية والإسلام يشتركان في تاريخ مقدس واحد بهدف خلق تعاطف ديني مع الرواية الإسرائيلية، وذلك باستضافة رجال دين مسلمين موالين لإسرائيل يتحدثون

عن التسامح الديني بين الديانتين، في محاولة لإضفاء شرعية دينية على الموقف الإسرائيلي، كما زعمت الصفحة بالتفوق الأخلاقي وادعاء الفضيلة من خلال ترويج الصفحة لدور إسرائيل في تقديم المساعدات لسكان غزة، وأحياناً نشر صور لجنود إسرائيليين يساعدون أطفالاً فلسطينيين أو يقدمون لهم الطعام، مع ذكر عبارة "إسرائيل تهتم بالمدنيين رغم الحرب"، أو عرض شهادات مزعومة للفلسطينيين يشكرون الجنود الإسرائيليين على حسن معاملتهم، كما استغلت الصفحة المناسبات الدينية لنشر رسائل سلام من القادة الإسرائيليين، بهدف تحسين الصورة الإسرائيلية أمام الشعوب المسلمة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عز الدين الرنتيسي)⁽⁷⁴⁾، حيث احتل هدف إثارة الجوانب الدينية المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٤.٦%.

وأخيراً جاء هدف إثبات وجود إسرائيل التاريخي بنسبة ٣.٦٠%، في إطار رواية متقنة تبرر من منظورها الوجود الإسرائيلي وتقلل من شأن الحقوق الفلسطينية، فمثلاً، تستخدم مصطلحات ك"أرض الميعاد"، و"العودة إلى الجذور" لإقناع الجمهور العربي بوجود جذور تاريخية ودينية عميقة لإسرائيل في المنطقة، كما تبرز الصفحة بصورة مكثفة صوراً لمعالم تاريخية في القدس مثل حائط البراق (حائط المبكي) ومواقع أثرية أخرى، مدعية أنها براهين قاطعة على الوجود اليهودي في المنطقة من آلاف السنين، ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد، بل تتجاوز هذه الرواية التاريخ المعروف لتؤكد على عمق الحضارة اليهودية الغنية بعاداتها وتقاليدها وطقوسها الدينية، محاولة بذلك إثبات أن اليهود شأنهم شأن العرب لهم تاريخ ثري وحضارة عريقة، ولإضفاء مصداقية أكبر على روايتها، وظفت الصفحة أحداثاً تاريخية مؤلمة، مثل الهولوكست والمذابح التي طالت اليهود، محاولة ربط الماضي بالحاضر، وإبراز الحاجة إلى دولة يهودية تحمي نفسها من أي خطر محتمل، يضاف إلى ذلك استغلال علم الآثار كأداة لتعزيز هذه الرواية، من خلال نشر صور لمواقع أثرية، والتأكيد على اكتشافات أثرية مزعومة مثل عملات عبرية قديمة وغيرها من القطع الأثرية، بهدف إثبات أن اليهود كانوا في فلسطين قبل العرب، وبالتالي إظهار إسرائيل ككيان ليس استعماريًا، بل دولة تعود إلى أرضها الأصلية، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (يسرا حسني ٢٠١٤م)⁽⁷⁵⁾، حيث جاء هذا الهدف في المرتبة الثالثة بنسبة ١٣.٥%.

هـ: أساليب الإقناع المستخدمة في المحتوى المنشور من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية:

جدول (٥)

يوضح أساليب الإقناع المستخدمة في المحتوى المنشور من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية

أساليب الإقناع المستخدمة في المحتوى المنشور	ك	%
١- الأدلة والشواهد.	506	67.38
٢- عرض وجهة نظر واحدة فقط.	150	19.97
٣- تقنييد وجهة النظر الأخرى.	45	5.99
٤- ترتيب الحجج الإقناعية.	39	5.19
٥- التكرار.	11	1.47
المجموع	751	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه من بين الأساليب الإقناعية المستخدمة في الصفحة عينة الدراسة الاعتماد على الأدلة والشواهد، حيث تصدرت الترتيب الأول بنسبة ٦٧.٣٨%، حيث تمثل الأداة الأساسية لإسرائيل في بناء سردية تدعم موقفها خلال الحرب على غزة؛ بهدف التأثير على الرأي العام، من خلال تقديم رواية مزعومة تبدو أنها مدعومة بالحقائق، رغم أنها غالبًا ما تكون مجتزأة أو منحازة لتخدم أجندتها السياسية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (هدى فضل نعيم ٢٠١٧م)⁽⁷⁶⁾، حيث احتل الاستشهاد بالأدلة والوقائع المرتبة الأولى على مستوى صفحتي الدراسة ككل بنسبة ٣٣.٤% من إجمالي مسارات البرهنة، ودراسة (هبة محمد شفيق ٢٠٢١م)⁽⁷⁷⁾، حيث جاءت الأدلة والشواهد والأدلة في مقدمة أساليب الإقناع المستخدمة في خطاب التلاعب السياسي بنسبة ٤٦.٧%، حيث اعتمدت الدبلوماسية الإسرائيلية على تقديم محتوى بصري ونصي يوحى بالمصادقية مستعينة بالصور والخرائط والأرقام والاحصائيات والشهادات، وهذا الأسلوب متوافر بكثرة في الصفحة، لأن العقلية الإسرائيلية تعتمد على تمرير الأكاذيب والروايات كشواهد وأدلة على إجرامها بحق الشعب الفلسطيني، وفي نفس السياق روجت الصفحة لمقاطع فيديو تزعم أنها تظهر مواقع عسكرية أو مخابئ أسلحة تابعة لحركة "حماس" داخل مناطق مدنية في غزة، بهدف تبرير استهداف تلك المواقع من قبل الجيش الإسرائيلي، كما نشرت بيانات رسمية وتقارير صادرة عن الجيش الإسرائيلي، مدعومة بأرقام وإحصائيات حول العمليات العسكرية، لتقديم صورة عن دقة الاستهداف والحد من الخسائر البشرية، في محاولة لإظهار أن الاستهداف يتم بشكل محسوب، إلى جانب ذلك تضمنت منشورات الصفحة تصريحات لمسؤولين إسرائيليين، وشهادات لأشخاص يُزعم أنهم سكان من غزة بهدف إظهار دعم بعض الفئات للعمليات الإسرائيلية، أو الإيحاء بأن معاناة المدنيين ناتجة عن وجود "حماس" في مناطقهم. ومن نماذج الأدلة والشواهد استشهاد الصفحة بمقطع فيديو للداعية الإماراتي "وسيم يوسف" في منشور ١٠/ أبريل ٢٠٢٤م، الذي يعبر عن التلاعب الإعلامي باستخدام شخصيات عربية وكأنها شهادة محايدة تدعم السردية الإسرائيلية، ومقطع فيديو يوم ٣/ أكتوبر ٢٠٢٤م، للإعلامي المصري "إبراهيم عيسى" تحت عنوان "إسرائيل لم تعتد على لبنان"، في محاولة لتبرئة إسرائيل ونفي أية مسؤولية إسرائيلية عن التوترات مع لبنان، رغم تاريخ النزاعات المتكررة والعمليات العسكرية الإسرائيلية ضد الأراضي اللبنانية.

يليه في المرتبة الثانية اعتماد الصفحة على أسلوب وجهة نظر واحدة بنسبة بلغت ١٩.٩٧%، حيث يتم تقديم الأحداث من منظور معين دون إفصاح المجال لوجهات نظر أخرى، ألا وهو الجانب الإسرائيلي فقط، وتجاهل حق الغير في التعبير عن نفسه، إذ ركزت الصفحة على إبراز الرواية الإسرائيلية الرسمية، متجاهلة المعاناة الفلسطينية والدمار الناتج عن العمليات العسكرية من خلال نشر بيانات رسمية ومقاطع فيديو وصور مختارة بعناية فائقة، لإقناع الجمهور العربي بصحة الموقف الإسرائيلي، وفي هذا الإطار نشرت الصفحة موادًا إعلامية تظهر العمليات الإسرائيلية على أنها دفاعية وموجهة بدقة ضد أهداف محددة، متجنبًا عرض أي محتوى يُبرز معاناة الفلسطينيين أو الدمار الناتج عن هذه العمليات، كما

اعتمدت الصفحة بشكل كبير على بيانات وتصريحات صادرة عن المسؤولين الإسرائيليين، مقدمة إياها كحقائق نهائية دون تقديم أي تحليل نقدي أو عرض لوجهات نظر معارضة، إلى جانب ذلك سعت الصفحة إلى تأطير الصراع باعتباره مواجهة ضد الإرهاب مستخدمة مصطلحات وتصنيفات تهدف إلى نزع الشرعية عن الفصائل الفلسطينية دون التطرق للأسباب الجذرية للصراع، ومن نماذج أسلوب عرض وجهة النظر الواحدة استشهاد الصفحة يوم ١١/ أغسطس ٢٠٢٤م بمقطع فيديو، حيث تم انتقاء تصريح وشهادة فردية مزعومة لشخص فلسطيني تبدو عليه ملامح الغضب، وصور الدمار في الخلفية، دون أي توازن في الطرح، ليبدو وكأنه يعبر عن رأي عام، بينما يتم تجاهل الأصوات الأخرى التي قد تلوم إسرائيل على المعاناة.

وترى الباحثة أن عرض جانب واحد فقط يأتي منسجماً مع التوجهات الفكرية والسياسية والعسكرية للصفحة، خاصة أن الصفحة جاءت كلسان عربي ناطق يخدم دولة الاحتلال لتلميع وتجميل صورتها أمام العالم، مما يتيح لها تقديم سردية أحادية الجانب للتعبير عن وجهات النظر القيادية والسياسية والعسكرية والإسرائيلية فقط، وتميرير الأكاذيب والاتهامات والمعلومات المضللة المنحازة دون التعرض لرواية الطرف الآخر، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (مريم عادل يسطا ٢٠٢٤م)⁽⁷⁸⁾، حيث أكدت نتائجها بتفوق موقع "ليبراسيون" في الاعتماد على أسلوب عرض جانبي الموضوع في تغطية أحداث الحرب على غزة بنسبة بلغت ٣٢%.

وفي المرتبة الثالثة احتل أسلوب تنفيذ وجهة النظر الأخرى بنسبة ٥.٩٩%، في إطار الرد على الادعاءات والمزاعم والحجج بطريقة منظمة ومنطقية بهدف دحض تلك المزاعم وإظهار تناقضها وضعفها، مع محاولة إقناع الجمهور بوجهة نظرهم من خلال تقديم الأدلة والشواهد والمقارنات، ومن أمثلة ذلك تنفيذ الاتهامات بشأن الهجمات على المدنيين بطرح الصفحة لمنشورات تؤكد أن الهجمات تستهدف المواقع العسكرية فقط مثل مخازن الأسلحة والأنفاق التي تستخدمها حركات المقاومة، ويرافق هذا المنشور مقاطع فيديو أو صور تظهر هذه المواقع المستهدفة، أو تعرض الإحصائيات التي تدعي أن الضحايا هم في الغالب من أفراد حركات المقاومة وليسوا من المدنيين، إلى جانب ترويج الصفحة لفكرة التأكيد على شرعية العمليات العسكرية باستخدام مبررات قانونية تؤكد أن إسرائيل تقوم بالرد على هجمات من قبل منظمات تصنفها كإرهابية، وأن العمليات العسكرية تتم وفقاً لمبادئ القانون الدولي الإنساني، مستشهدة بأمثلة حول كيفية استخدام إسرائيل تحذيرات قبل الهجوم لتقليل الضرر المدني، كما هو الحال في مقطع الفيديو المنشور يوم ٤/ يونيو ٢٠٢٤م، الذي يصور شهادة أحد الغزيين - كما يزعمون- الذي يحكي عن كيفية تحذير جيش الاحتلال للمدنيين لإخلاء الأماكن التي ينوي قصفها للحيلولة دون إصابة غير الضالعين بالإرهاب.

كما نشرت الصفحة بيانات حول مواقف الدول التي تدعم إسرائيل وتؤيد حقها في الدفاع عن نفسها، مع تسليط الضوء على المعايير المزدوجة التي تتبعها بعض الجهات الدولية في انتقاد إسرائيل مقارنة مع

ردود الفعل على الهجمات الأخرى، خاصة من قبل حركات المقاومة، بالاستشهاد باقتباسات من مسؤولين دوليين أو صحف من دول غربية تقول إن إسرائيل لها الحق في الدفاع عن نفسها ضد الهجمات الإرهابية، مع الإشارة إلى أن الردود الدولية تكون أكثر تساهلاً في حالات مشابهة، يليها في المرتبة الرابعة: اعتماد الصفحة على أسلوب ترتيب الحجج الإقناعية بنسبة بلغت ٥.١٩%، ويعد ترتيب الحجج الإقناعية أحد الأساليب الفعّالة التي اعتمدت عليها الدبلوماسية الإسرائيلية بشكل مكثف في التأثير على الرأي العام، حيث سعت الصفحة إلى صياغة رواية مقنعة للجمهور العربي عبر تقديم مجموعة من الحجج المنظمة والمنطقية والمتراطة بطريقة متسلسلة ومدروسة باستخدام الأدلة والشواهد كحجج مقنعة، حيث تبدأ المنشورات بتقديم إسرائيل كدولة تدافع عن نفسها ضد التهديد الإرهابي من حركات المقاومة، من خلال التركيز على صور أو مقاطع فيديو توضح انطلاق الصواريخ من غزة، لتبرير القصف الإسرائيلي على أنه رد مشروع، ثم يتم الانتقال إلى حجة أخرى تدعي أن "حماس" تستخدم المدنيين دروعاً بشرية، وأنها تتحمل مسؤولية سقوط الضحايا، من خلال الاستشهاد بتقارير أو صور تزعم أنها تظهر مخابئ أسلحة داخل مناطق سكنية، ومما يعزز هذه الحجة الاستشهاد باقتباسات لإعلاميين عرب ينتقدون حركات المقاومة أو شخصيات عربية تدعم وجهة النظر العربية، أو نشر مقاطع فيديو لأشخاص فلسطينيين غاضبين يوحون بأنهم يحملون حركات المقاومة المسؤولية عن الدمار، وأخيراً يتم إنهاء المنشورات بأسلوب عاطفي عبر صور الضحايا أو شهادات لأشخاص فقدوا منازلهم، مع التأكيد على أن إسرائيل تحاول تجنب استهداف المدنيين، في محاولة لكسب التعاطف، وأحياناً يتم توجيه نداء إلى الدول العربية لتجنب دعم حركات المقاومة، بحجة أن ذلك يعرض المنطقة للخطر.

وفي المرتبة الأخيرة بنسبة ١.٤٧% جاء: التكرار كأحد أساليب الإقناع المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية، بهدف تعزيز الرسائل أو المواقف في ذهن الجمهور، مما يزيد من احتمالية قبولها وتصديقها، خصوصاً في سياق الهجمات المتواصلة والانتقادات التي تواجهها، ومن الأمثلة على استخدام الصفحة لهذا الأسلوب: نشرها لمنشورات بشكل دوري تتضمن مقاطع فيديو أو بيانات رسمية تقول إن إسرائيل لها حق شرعي في الدفاع عن نفسها، أو أن الرد العسكري هو نتيجة لهجمات مستمرة من "حماس" ضد المدنيين الإسرائيليين، ومنشورات أخرى تتحدث عن حركات المقاومة بشكل متكرر كإرهابيين، مع شرحها لحجم التهديدات التي يشكلونها على الإسرائيليين، ومنشورات أخرى تكرر فيها دعم العديد من الدول الغربية لحق إسرائيل في الدفاع عن نفسها، مستعينة باقتباسات أو تصريحات مسؤولين دوليين، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (حنان موسى عبد العال ٢٠٢٣م)⁽⁷⁹⁾، حيث جاء أسلوب ترتيب الحجج الإقناعية في الترتيب الثاني بنسبة ٢٤.٨%، ثم أسلوب تكرار الرسالة في الترتيب الثالث بنسبة ٢١%.

و- الاستمالات المستخدمة في تقديم المضمون:

جدول (٦)

يوضح الاستمالات المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية

الاستمالات المستخدمة	ك	%
١- مختلطة	389	51.80
٢- منطقية	195	25.97
٣- عاطفية	167	22.24
المجموع	751	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الاستمالات المختلطة جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥١,٨٠%، وذلك بهدف التلاعب بالرأي العربي والفلسطيني، وإضعاف الدعم الشعبي للمقاومة، وفي نفس الوقت تحسين صورة إسرائيل في الأوساط العربية والعالمية، يليها في الترتيب الثاني الاستمالات المنطقية بنسبة ٢٥,٩٧%، لإقناع الجمهور برواية إسرائيل عن الأحداث، وذلك عبر تقديم حجج تبدو عقلانية، لكنها غالبًا ما تكون مضللة أو مجتزأة، وأخيرًا الاستمالات العاطفية بنسبة ٢٢,٢٤%، التي تمثل قوالب فنية تخاطب حواس ووجدان الفرد وتثير حاجاته النفسية والاجتماعية وتجذبه، بقصد التأثير فيه واستمالته، وجعله أكثر عرضة لتغيير مواقفه أو التشكيك في قناعاته، سواء بإثارة التعاطف معها، أو بزرع الإحباط واليأس بداخله مما يضعف تحكيم العقل والموضوعية، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (حنان موسى عبد العال ٢٠٢٣م)^(٨٠)، حيث احتلت الاستمالات العاطفية المرتبة الأولى بنسبة ٣٩%.

جدول (٧)

يوضح نوع الاستمالات العاطفية المستخدمة في تقديم المحتوى المنشور

نوع الاستمالات العاطفية	ك	%
١- مخاطبة المشاعر والعواطف	101	29.02
٢- الانقاص والإساءة	92	26.44
٣- العاطفة الإيمانية	61	17.53
٤- التحذير وإثارة المخاوف	52	14.94
٥- الأساليب اللغوية	23	6.61
٦- التشكيك والتكذيب	19	5.46
المجموع	348	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق تنوع الأساليب العاطفية التي استخدمتها الدبلوماسية الإسرائيلية لإثارة مشاعر وعواطف الرأي العام في سبيل إقناعه بوجهة النظر المتبناة، حيث جاء: أسلوب مخاطبة المشاعر والعواطف في صدارة الاستمالات العاطفية المستخدمة بنسبة بلغت ٢٩.٢%، وذلك في إطار إثارة مشاعر الخوف والصدمة لدى الفلسطينيين، ودفعهم للشك في جدوى المقاومة، من خلال نشر صور وفيديوهات للدمار في غزة مع عبارات توحى بأن "المقاومة هي السبب"، "انظروا إلى حجم الدمار الذي

تسببت به حماس لشعبها"، وكذلك تشويه صور المقاومة عبر استغلال مشاعر الغضب، من خلال نشر فيديوهات وصور تظهر قادة المقاومة يعيشون في أمان، مع تعليقات مثل "بينما يعاني أهل غزة، قادة "حماس" يعيشون في رفاهية"، وأيضًا الترويج لفكرة أن المقاومة تستخدم المدنيين كدروع بشرية، مثل "انظروا كيف تخبئ حماس أسلحتها في البيوت والمستشفيات"، وكذلك استغلال التعاطف مع الأطفال والضحايا، مثل مشاركة قصص عن عائلات إسرائيلية فقدت أفرادًا بسبب الهجمات الإرهابية كما يزعمون، على سبيل المثال منشور بتاريخ ٢٨/ يونيو ٢٠٢٤م، الذي يظهر فيه مشهد جنازة لنساء يرتدين زيًا أبيض، ويحملن تابوتًا ملفوفًا بالقماش الأبيض وزهورًا، ويظهر بينهن صورة لشخصية يبدو أنها المتوفاة، كما يوجد نص مكتوب على الصورة يقول "لا عزاء في التعازي حيال هذا المشهد بعد أن اغتصب حزب الله الأرواح الطاهرة للبراعم الصغيرة"، في محاولة من الصفحة لتحميل حزب الله المسؤولية عن اغتصاب الأرواح، مع استخدام المنشور لعبارة "الأرواح الطاهرة" و"البراعم الصغيرة"، لإثارة عاطفة الحزن والغضب لدى الجمهور. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (محمد أبو الروب وآخرون ٢٠٢٤م)⁽⁸¹⁾، حيث احتل تشكيل الحالات الانفعالية (الأحاسيس) المرتبة الثالثة بنسبة ٢١.١%، ضمن فئة الاستمالات العاطفية، ودراسة (أمينة مزيان ٢٠٢١م)⁽⁸²⁾، التي توصلت إلى أن استمالات التخويف تصدرت قائمة الاستمالات الأكثر استخدامًا بصفحة "ويب طب".

بينما جاءت استمالة الانتقاص والإساءة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٦.٤٤%، في إطار تشويه صورة المقاومة في أعين الجمهور المحلي والدولي، عن طريق التقليل من قيمة وشرف وشرعية حركات المقاومة، والتحقير من أهميتها، وتصويرها بصورة سلبية، وتعد أبرز طرق استمالة الانتقاص والإساءة في منشورات الصفحة وصف هذه الحركات بأنها "إرهابية"، مما يشوه صورتها ويقلل من شرعيتها كحركات مقاومة، ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد، بل امتد إلى التقليل من قيمة أهداف حركات المقاومة، فبدلاً من أن تُرى كرد فعل مشروع على الاحتلال، صُورت وكأنها مجرد صراع داخلي، كما شملت التشكيك في دوافع المقاومة من خلال ربطها بقوى خارجية مثل إيران، محاولة بذلك نزع شرعيتها ووصفها بأنها غير ممثلة للإرادة الفلسطينية الحقيقية، يضاف إلى ذلك التقليل من قيمة القيادة الفلسطينية التي تقف وراء حركات المقاومة، ووصفها بعدم قدرتها على إدارة شؤون البلاد بشكل فعّال، أو أنها مجرد أدوات في أيدي قوى خارجية، لم تكن بذلك، بل حرصت الصفحة على السخرية والتهكم من القادة من خلال نشر محتوى ساخر يهدف إلى تدمير صورتهم كرموز وطنية، حيث نشر الصفحة منشورًا يوم ٣٠/ أكتوبر ٢٠٢٤م عبارة عن صورة كاريكاتورية يظهر فيها شخص يرتدي عمامة بيضاء، ويحمل ساعة رملية التي ترمز إلى مرور الوقت أو اقتراب نهايته، مع وجود نص مكتوب يقول "الأمين العام لمنظمة حزب الله نعيم قاسم" يلقي أول خطاب، وقد يكون آخر خطاب له إذا انتهج نهج سابقه"، حيث يظهر النص نوعًا من التهديد بأن مصيره سيكون مثل مصير من سبقه، كما يحمل سخرية مبطنة من "نعيم قاسم"، من خلال التركيز على فكرة أن وقته محدود، محاولة تشويه صورة الحزب وأمينه العام أمام الجمهور، وتقليل هيئته

الرمزية، ولم يقتصر التشويه على ذلك، بل امتد ليشمل استخدام لغة تحقيرية وقاسية في وصف المقاومة، كاستخدام مصطلحات مثل المليشيات، الجماعات الإرهابية، المنظمات المتطرفة، هذه الألفاظ بالإضافة إلى كونها هجومية بشكل صارخ، تساهم في تقويض احترام هذه الحركات، وتحويل نظرة الرأي العام إليهم من أطراف مقاومة إلى أعداء.

في حين احتلت استمالة العاطفة الإيمانية المرتبة الثالثة بنسبة ١٧.٥٣%، حيث تعمدت الصفحة التأثير في الجمهور وإقناعه بقضايا ومواقف معينة من خلال الاستدلال بنصوص الكتب السماوية في المحتوى المنشور، ولكن مع تحريف السياق لتبرير الهجمات الإسرائيلية، بالإضافة إلى الحديث عن الشعائر الدينية، والمعايير في المناسبات، لم يتوقف الأمر عند هذا الحد، فالصفحة لم تغفل إثارة مشاعر القوميات والأقليات، مُروجة لصورة إسرائيل كمجتمع مُتسع للتنوع والاختلاف تحت مظلة التعايش والتسامح، ومن أمثلة ذلك، منشورات تتضمن رسائل تدعي أن إسرائيل تحارب الإرهاب ليس فقط من أجل أمنها، بل أيضًا لحماية الأماكن المقدسة في القدس مثل حائط البراق، مع دعوات لطمأنة المسلمين بأن إسرائيل تحترم الحقوق الدينية للجميع، ومنشورات أخرى يتم فيها تصوير حركات المقاومة على أنها تسيء للإسلام من خلال تصرفاتها، حيث تم الربط بين العنف والدمار الذي تسببه هذه الحركات، وبين التأثير السلبي على صورة الدين الإسلامي، وفي بعض المنشورات كان يتم التأكيد على أن إسرائيل تعتبر القدس مدينة مقدسة لجميع الأديان، وتصوير الهجمات التي تشنها إسرائيل بأنها دفاع عن الأماكن المقدسة ضد الإرهابيين الذين يهددون قدسية المدينة، في محاولة لتهدئة المسلمين عن دعم المقاومة، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (محمد أبو الروب وآخرون ٢٠٢٤)⁽⁸³⁾، حيث احتلت مخاطبة المشاعر الدينية المرتبة الأولى في فئة الاستمالات العاطفية بنسبة ٢٥%.

وفي المرتبة الرابعة جاءت: استمالة التحذير وإثارة المخاوف بنسبة ١٤.٩٤%، وهذا يدل على إصرار منتجي الخطاب على تشويه صورة حركات المقاومة، وخلق حالة من الخوف والرعب وزعزعة الثقة في صفوفهم، والتحفيز على الاستسلام أو التراجع عن المقاومة من خلال أسلوب الأكاذيب المتداولة، ومن أمثلة ذلك نشر الصفحة لرسائل تدعي بأن المقاومة ستفشل حتمًا في النهاية، لأنها لا تستطيع مواجهة الجيش الإسرائيلي، في محاولة منها لزرع اليأس داخل صفوف المقاومة، وخلق شعور بعدم جدوى المقاومة، وبالتالي تقليل الحافز على النضال، كما هو الحال في مقطع الفيديو المنشور يوم ٢٨/ سبتمبر ٢٠٢٤م، الذي يعرض صورًا لشواهد قبور تحمل أسماء أشخاص، مع تعليق مكتوب بلهجة التهديد المباشر لأي جهة تعادي إسرائيل إذ يقول: "ما من يد امتدت على أمن وشعب إسرائيل وأرضها إلا ولاقى الحساب العسير"، في إشارة منها لسياسة الحزم والعقاب بلا هوادة ضد من تصفهم إسرائيل بأعدائها، وللتذكير بأن إسرائيل نفذت وعودها بمعاينة أعدائها، ولم ينته الأمر عند ذلك، بل نشرت الصفحة أخبارًا وأقوال كاذبة حول امتلاك المقاومة لأسلحة دمار شامل، في محاولة لتصوير المقاومة كتهديد كبير للعالم، مما يخلق حالة من الخوف والرعب والضغط الدولي على حركات المقاومة، لأنهم سيشعرون

بأنهم مستهدفون بشكل أكبر من القوى الدولية والمحلية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (حنان موسى عبد العال ٢٠٢٠م)⁽⁸⁴⁾، حيث احتل أسلوب التخويف الترتيب الأول من بين أساليب تداول الشائعات بنسبة ٣٣.٩%، ودراسة (مريم عادل يسطا ٢٠٢٤م)⁽⁸⁵⁾، حيث استخدم موقعا الدراسة الاستمالات التخويفية بنسب ضئيلة للغاية في تغطية أحداث الحرب على غزة، فجاء في المقام الأول: أسلوب التحذير بنسبة ٦%، يليه أسلوب التخويف بنسبة ٣%.

بينما احتلت استمالة الأساليب اللغوية المرتبة الخامسة بنسبة ٦.٦١%، في إطار محاولة القائمين على الصفحة على إقناع الجمهور بوجهة نظر الصفحة وتوجيه أفكاره في اتجاه معين، بهدف إثارة تعاطفه من خلال تقديم المنشورات بلغة عاطفية وسهلة وألفاظ معينة، وكلمات وعبارات محددة تحمل معاني سلبية، وبأساليب لغوية جاذبة كالاستفهام أو التشبيه والكناية والاستعارة وغيرها من الصور البيانية، حيث استطاعت الصفحة التلاعب بالأساليب اللغوية بهدف تشويه صور المقاومة باستخدام لغة تحريضية وتشبيهات مغرضة، وإعادة تأطير المعاني، من أجل التأثير النفسي والعاطفي على الجمهور العربي، وإثارة الشكوك حول شرعية المقاومة عبر استخدام الألفاظ والدلالات بطريقة منحازة ومضللة، كما هو الحال في الكاريكاتير التعبيري المنشور يوم ١/ مايو/ ٢٠٢٤م، الذي يظهر صورة رجل ملثم بالكوفية الفلسطينية، وهي رمز مرتبط بالمقاومة الفلسطينية، والجزء العلوي من رأسه مفتوح وداخل الدماغ تظهر صورة قبة الصخرة، مما يوحي بأن القدس جزء أساسي من فكر هذا الشخص وعقيدته، ثم حاول المنشور ربط المقاومة بمفاهيم ذات دلالات سلبية مثل "الإرهاب"، "الفيروسات الهدامة"، وهو نوع من التشبيه المغرض الذي يصور المقاومة كتهديد قاتل يجب استئصاله، يضاف إلى ذلك إعادة تأطير المفاهيم لتغيير المعنى عن طريق استبدال كلمة "مقاومة" بـ"إرهاب" وتكرارها، مما يجعل المتابع يعتقد على هذه الأوصاف، ويربطها بالمقاومة دون تفكير نقدي وكأنها حقيقة لا جدال فيها، وأيضًا استخدام تعبيرات مثل "المجرم الهارب" لتصوير المقاومة على أنهم جناء وليسوا أصحاب قضية عادلة، وكذلك مقطع الفيديو المنشور ٢/ أبريل ٢٠٢٤م الذي يظهر أكوامًا من السيارات المحروقة والمتضررة، واستخدام مفاهيم ذات دلالة سلبية لتغيير المعنى مثل كلمة "مقبرة" بدلًا من تخزين السيارات، مما يضفي طابعًا مأساويًا وشعورًا بالفقدان، وكأن هذه السيارات تمثل ضحايا للمجزرة كما يزعمون، وكلمة "مجزرة أكتوبر المشئومة" والتي تشير إلى قتل وحشي، وكأن الحدث ليس مجرد هجوم، بل نقطة سوداء في التاريخ، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (مريم عادل وليم ٢٠٢٤م)⁽⁸⁶⁾، حيث احتلت الأساليب اللغوية الترتيب الثاني ضمن الاستمالات العاطفية في تغطية أحداث الحرب على غزة بنسبة ١٢%.

أما استمالة التشكيك والتكذيب فجاءت في المرتبة السادسة بنسبة ٥.٤٦%، في إطار التأثير على الرأي العام الفلسطيني والعربي والدولي عبر نشر معلومات مضللة، وإنكار أحداث حقيقية، وإثارة الشكوك حول مصداقية حركات المقاومة وتكذيبها من أجل التأثير على صورتها أمام جمهورها المحلي والدولي، حيث سعت الصفحة إلى التشكيك في نوايا حركات المقاومة وعملياتها العسكرية، بأنها لا تمثل مصالح

الشعب الفلسطيني، بل تخدم أجندتها الخاصة، كما هو الحال في منشور ١/ مايو ٢٠٢٤م الذي يظهر السيارات المحروقة مستخدمًا عبارة "حماس هي عدو الإسرائيليين والغزيين" في محاولة منها لزرع الشك بين الغزيين حول دور "حماس"، ومدى مسئوليتها عن الأوضاع الكارثية، كما نشرت الصفحة منشورات تشكك في فاعلية الصواريخ التي تطلقها المقاومة، مدعية بأنها لا تسبب أضرارًا كبيرة، على سبيل المثال نشرت الصفحة منشورًا بتاريخ ٢٥ أغسطس ٢٠٢٤م يهدف إلى التشكيك في مصداقية رواية "حزب الله" بشأن استهدافه لإسرائيل من خلال إظهار إسرائيل كطرف يمتلك الحقائق والأدلة الموثوقة، بينما يعتمد حزب الله على ادعاءات غير موثقة، وكذلك استخدم المنشور أسئلة استنكارية مثل: "أين هو التوثيق"، و"أين هو الإثبات لما تزعم"، محاولة إظهار أن حزب الله يطلق ادعاءات دون أدلة، وأيضًا استعان المنشور بالمثل الشعبي "فش جمرك على الكلام" مع إرفاقه بصورة دجاجة تنفخ في بوق، بهدف السخرية من حزب الله وتشبيه خطابه بصوت فارغ لا قيمة له، وأنه يستطيع أن يقول ما يشاء دون الحاجة إلى دليل، أي أن كلامه غير موثوق به، وأيضًا منشور ٢٦/ أغسطس ٢٠٢٤م، الذي شبه "نصر الله" بمسيلم الكذاب الدجال الذي ادعى النبوة، واتهامه بترويج أكاذيب دون تقديم دليل، مما يخلق انطباعًا نفسيًا بأن تصريحاته غير جديرة بالثقة، مستخدمًا المنشور منطق غياب الدليل إذ يقول: "لو حصل بالفعل ما زعمه نصر الله لكانت الصور والأخبار تعمر وسائل الإعلام"، للإيحاء بأن عدم وجود صور يعني بأن الحدث لم يقع، رغم أن غياب التغطية قد يكون لأسباب سياسية أو إعلامية.

كما حاولت الصفحة إضعاف ثقة المتابعين بالمعتقدات الدينية التي تدعم فكرة مقاومة إسرائيل من خلال زرع الشك في المعتقدات الإسلامية المتعلقة بالنبوءات الدينية حول الصراع، وتصويرها بأنها خاطئة أو غير متحققة في الواقع، على سبيل المثال، نشرت الصفحة منشورًا بتاريخ ١ أكتوبر ٢٠٢٤م يقول: "صدعوا رؤوسنا بحديث..."، في تعبير يوحي بالملل والتذمر ويقلل من أهمية الحديث النبوي، مما يشكك في مصداقيته، واستطرد المنشور قائلًا: "إن اليهود سيختبئون خلف الحجر والشجر - طلع الحديث بالعكس - حتى أحاديثهم طلعت عكسية"، محاولة التشكيك في الروايات الإسلامية دون تقديم دليل علمي، بل فقط قلب الصورة بطريقة تهكمية، واستهزاء مضاعف، وتقديمها كأنها سخريه منطقية لا تقبل الجدل.

جدول (٨)

يوضح أنواع الاستمالات المنطقية المستخدمة في المحتوى المنشور

نوع الاستمالات المنطقية	ك	%
١- أقوال وتصريحات.	217	53.84
٢- الاستشهاد بأحداث واقعية.	143	35.48
٣- الأرقام والإحصائيات.	36	8.93
٤- الاستشهاد بنصوص مقدسة.	7	1.74
المجموع	403	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق استخدام الدبلوماسية الإسرائيلية لمجموعة من الاستمالات المنطقية، جاء في مقدمتها الاستعانة بالأقوال والتصريحات بنسبة ٤٩.٦٣%، حيث استندت الصفحة إلى تصريحات رسمية من قبل المسؤولين الإسرائيليين وغيرهم، إلى جانب أقوال لشخصيات وقادة رأي معروفة بمواقف مؤيدة لإسرائيل، بهدف إضفاء المصداقية على الرواية الإسرائيلية، وجعلها تبدو منطقية ومبنية على أدلة وحقائق، مثل استشهاد الصفحة بتصريح لمسئول أمريكي يؤكد "حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها ضد الهجمات الصاروخية التي تستهدف المدنيين"، محاولة تبرير الهجمات الإسرائيلية على غزة وإظهارها كإجراء مشروع، ليس هذا فحسب، بل تُدرج الصفحة أيضًا فيديو هجمات لشخصيات عربية مُحاولَة زرع الانقسام داخل الجمهور العربي وإظهار أن هناك انتقادات داخلية لـ"حماس"، مما يضعف الدعم الشعبي لها. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (هبة محمد شفيق ٢٠٢١م)⁽⁸⁷⁾، حيث احتلت الأقوال والتصريحات المرتبة الأولى في خطاب التلاعب السياسي بنسبة ٤٥.٦%، وتشير الباحثة إلى أن الكثير من هذه التصريحات أو البيانات - سواء من الحكومة الإسرائيلية أو قادة الجيش - كانت تحمل في طياتها مغالطات ومبالغات مقصودة لتعزيز الرواية الإسرائيلية وإضفاء الشرعية على أفعالها، مع التركيز على تحميل حركات المقاومة مسؤولية التصعيد، ولم تكتفِ الصفحة بنشر تصريحات رسمية، بل حرصت على نشر مقالات وآراء ولقاءات لشخصيات مؤثرة من العرب والأجانب على حد سواء، ممن يتبنون نفس الخطاب الذي تسعى الصفحة لترويجه، بهدف استغلال نفوذ هؤلاء المؤثرين لإقناع جمهور أوسع، ومن أمثلة ذلك رأي المفكر السياسي "ناصر عارف" في مقابلة على قناة سكاي نيوز يوم ١٩/ مايو ٢٠٢٤م قائلاً: "إن "حماس" والجهاد الإسلامي يجب أن يحاكموا على ما فعلوه في غزة"، مما يعزز السردية الإسرائيلية التي تصور المقاومة بأنها مصدر الأزمات وليس الاحتلال، وكذلك مقطع الفيديو المنشور يوم ٢٨/ مايو ٢٠٢٤م للخبير السياسي "أمجد طه" الذي يصف حركات المقاومة بأنها: "جلبت للمجتمع العربي والدول العربية الخراب والدمار والانشقاق والمآسي"، وأيضًا رأي الصحفي اللبناني "رامي نعيم" في منشور ٢٧/ مايو ٢٠٢٤م، إذ يقول: "لبنان اعتدت على إسرائيل، شو عملت لإسرائيل في لبنان بحرب غزة، ما ضربت لبنان حتى بوردة"، مُحاولَة إظهار بأن هناك من العرب من يتبنى مواقف مغايرة للسردية الشائعة، وتقديم إسرائيل كطرف عقلائي في وجه الصراعات، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (محمد أبو الروب وآخرون ٢٠٢٤م)⁽⁸⁸⁾، حيث جاءت مواقف السياسيين وقادة الرأي في مقدمة الاستمالات العقلية التي اعتمدت عليها صفحات الدراسة بنسبة ٩.٩%.

وفي المرتبة الثانية جاء: استشهاد الصفحة بقصص وأحداث واقعية بنسبة ٣٠.٥٢%، بهدف إضفاء المصداقية على الرواية الإسرائيلية، وتوجيه المتلقي نحو تبني وجهة نظر معينة تخدم الأجندة الإسرائيلية، مثل نشر صور وفيديوهات لهجمات صاروخية على إسرائيل، أو سقوطها داخل القطاع نفسه، مع الإشارة إلى أن "حماس" تقتل شعبها بنفسها"، كذلك نشر مقاطع فيديو مزعومة عن مخابئ أسلحة مزعومة داخل مناطق سكنية في غزة، كما هو الحال في منشور ٤/ يونيو ٢٠٢٤م الذي يصور قيام "حماس" بتفخيخ

لعبة أطفال بصورة فيل داخل منزل في جباليا لتفجيرها على جنود الاحتلال، مع تعليق "هكذا يفعل دواعش حماس الجبناء الذين يتسترون وراء النساء والأطفال خوفاً على حياتهم"، لتبرير استهداف المباني المدنية، أو نشر قصص مأساوية عن مدنيين إسرائيليين قُتلوا أو جرحوا بسبب الهجمات من غزة، كعرض الصفحة صور لأطفال وأسر فقدت أحياءها في غزة بسبب القصف، أو نشر فيديوهات بشكل انتقائي لمواطنين من غزة ينتقدون ويلومون حركات المقاومة على التصعيد، أو نشر قصص عن علاج فلسطينيين في المستشفيات الإسرائيلية، لتلميع صورتها أمام الرأي العام، وترى الباحثة أن الدبلوماسية الإسرائيلية استخدمت هذه الاستمالة بشكل انتقائي لخدمة الأجندة الإسرائيلية، من خلال التركيز على أحداث معينة، وتجاهل أو حذف أية أحداث تدين إسرائيل لتشكيل رأي عام متحيز معها.

ولم تغفل الصفحة الاستشهاد بالأحداث التاريخية، وذلك عبر مقارنة الوضع الحالي بأحداث تاريخية محددة بهدف التأثير على تفسير الجمهور للأحداث الجارية، من خلال تلميح الصفحة إلى أن الشعب اليهودي عانى عبر التاريخ من الاضطهاد، والآن يدافع عن نفسه ضد الإرهاب، حيث استشهدت الصفحة بأحداث الهولوكوست أو الاضطهاد في أوروبا لتبرير سياسات إسرائيل الدفاعية، هذا الاستشهاد العاطفي للتاريخي يخلق تشويشاً في المقارنة بين الضحية والجلاد، حيث يتم تصوير إسرائيل كمجرد مدافع عن نفسه، وليس كقوة احتلال.

وجاء في المرتبة الثالثة: الاستعانة بالأرقام والإحصائيات بنسبة ١٣.١٦%، من خلال استخدام الأرقام بطرق مختلفة لتحقيق أهداف محددة، مثل تبرير الهجمات والادعاء بأن نسبة كبيرة من القتلى هم إرهابيون وليسوا مدنيين، وتضخيم التهديد من الصواريخ، مما يجعل هجوم إسرائيل على غزة يظهر كرد فعل طبيعي ومشروع ضد الهجمات المتكررة، وتقليل التعاطف مع الضحايا الفلسطينيين عبر التشكيك في أرقامهم، والترويج لصورة إسرائيل كدولة متقدمة وإنسانية من خلال تسليط الضوء على المساعدات الإنسانية التي تم إدخالها إلى غزة من خلال المعابر الإسرائيلية، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (مريم عادل يسطا ٢٠٢٤م)⁽⁸⁹⁾، حيث أشارت بأن الأرقام والإحصائيات جاءت في مقدمة التقنيات المستخدمة بموقعي الدراسة بنسبة ٣٣%، في حين اتفقت مع دراسة (يسرا حسني عبد الخالق ٢٠١٤م)⁽⁹⁰⁾، حيث جاء الاعتماد على الأرقام والإحصائيات في المرتبة الخامسة بنسبة ٨.٤% للدلالة على قوة الاقتصاد الإسرائيلي، ومن نماذج استخدام الأرقام والإحصائيات بالصفحة منشور ٣٠/ يونيو ٢٠٢٤م، يقول "عدد الصواريخ التي أطلقها وكلاء "إيران" على اختلافهم على إسرائيل أكثر من ٢٠٠٠ صاروخ أطلقتها "حماس" وحزب الله، سقط داخل غزة ولبنان"، مثال آخر منشور يوم ٣٠/ يونيو ٢٠٢٤م، يقول "أكثر من ٣٨.٢٠٠ شاحنة محملة بحوالي ٧١٦.٠٠٠ طن من المساعدات دخلت لغزة منذ نشوب الحرب".

وفي المرتبة الرابعة الاستشهاد بنصوص مقدسة بنسبة ٦.٧٠%، في إطار التلاعب الواضح بسياق الآيات وبمعانيها الأصلية، لتخدم الرواية الإسرائيلية التي تحاول رسم صورة إسرائيل كضحية وبريئة، مُلقية عبء الإثم والإجرام على أطراف أخرى، الهدف هنا ليس مجرد سرد الأحداث، بل إضفاء شرعية

دينية على وجود إسرائيل في فلسطين، وتصويرها كدولة مسالمة داعية للسلام، من خلال انتقاء آيات دينية معينة وتفسيرها بشكل منحاز، وإظهار المقاومة على أنها إرهابية عبر اقتباسات دينية وتحريف تفسيرها، كذلك استخدام العقيدة الإسلامية للترويج للتعايش السلمي مع إسرائيل، وفي نفس الوقت نقد الحركات الإسلامية المقاومة لإسرائيل من خلال نشر آيات تتحدث عن قبول الآخر والعهد والعدل وحسن الجوار، ومن أمثلة التلاعب بالآيات القرآنية منشور ١٤ / أبريل ٢٠٢٤م، والذي اقتبس آية من سورة الزلزلة وتحريف سياقها، الآية أصلاً تتحدث عن العدل الإلهي، وأن كل عمل - خيراً كان أو شراً- سيحاسب عليه الإنسان يوم القيامة، لكن إسرائيل استخدمتها بشكل ضمني للإيحاء بأن "إيران" أو من يحتفل بهذا النصر سيجازى على أفعاله الشريرة، بينما إسرائيل في موقف الخير، مثال آخر منشور نشر في ٢٥ / أغسطس ٢٠٢٤م استخدم قصة أصحاب الفيل في سورة الفيل، السورة أصلاً تتحدث عن قصة أبرهة وهجومه على الكعبة، وكيف دمرهم الله بطير أبابيل، لكن المنشور يشبه أعداء إسرائيل بأصحاب الفيل، ويشبه إسرائيل بطير الأبابيل، مشيراً إلى أن إسرائيل هي أداة إلهية للعقاب، مثال آخر نُشر يوم ١٩ / أغسطس ٢٠٢٤م، الذي بدأ بآية قرآنية من سورة الأنفال "وأعدوا لهم ما استطعتم من قوة"، الآية تشير في سياقها الأصلي إلى إعداد القوة لحماية المسلمين وردع الأعداء، ولكن في المنشور تم انتزاع الآية من سياقها، وجعلها تبدو وكأنها تبرير لعمليات عسكرية إسرائيلية ضد الشعب الفلسطيني في غزة مما يحرف معناها، مع توظيفه لهاشتاج شعب إسرائيل_حي، كجزء من الحرب الإعلامية لرفع الروح المعنوية للجمهور الإسرائيلي في مواجهة الانتقادات الدولية والرد على حملات التضامن مع غزة.

٢- تحليل الفئات الخاصة بكيف قيل (الشكل؟):

١- اللغة المستخدمة في المحتوى المنشور:-

جدول (٩)

يوضح أنواع اللغة المستخدمة في المحتوى المنشور

لغة المنشور	ك	%
١- اللغة العربية.	740	98.54
٢- تجمع بين العربية والإنجليزية.	7	0.93
٣- أجنبية.	4	0.53
المجموع	751	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق اعتماد صفحة الدبلوماسية الإسرائيلية على استخدام اللغة العربية بنسبة ٩٨.٥٤%، لأنها تستهدف مخاطبة الشعوب العربية بطريقة مباشرة وإيصال رسائلها إليهم دون وسيط إعلامي قد يكون منحازاً ضدها، من أجل نشر وجهة النظر الإسرائيلية حول الأحداث، خاصة فيما يتعلق بالحرب على غزة، بهدف التأثير في الرأي العام العربي وكسب تعاطفه، أو تغيير وجهات نظر المتابعين العرب تجاه إسرائيل من خلال التواصل بلغتهم مباشرة، يليه في المرتبة الثانية الدمج بين اللغة العربية والإنجليزية بنسبة ٠.٩٣%، وأخيراً الاعتماد على اللغة الأجنبية بنسبة ٠.٥٣%.

٢- طريقة عرض المحتوى:

جدول (١٠)
يوضح طريقة عرض المحتوى

طريقة عرض المحتوى	ك	%
١- نص وصورة	504	67.11
٢- نص وفيديو	228	30.36
٣- نص فقط	9	1.20
٤- نص وفيديو وورابط	4	0.53
٥- نص وصورة وورابط	3	0.40
٦- نص وورابط	1	0.13
٧- صورة فقط	1	0.13
٨- نص وصورة وفيديو	1	0.13
المجموع	751	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أغلبية المنشورات خلال فترة الدراسة اعتمدت على النص المكتوب والصور معًا بنسبة ٦٧.١١%، للتأثير على جميع الفئات والتلاعب بوعيها من خلال وسائل متعددة، عن طريق المزج بين العاطفة والمنطق، فالصورة تستهدف الجمهور العاطفي، من خلال اختيار صور محددة بعناية لإحداث تأثير بصري قوي يدعم الرواية الإسرائيلية، بينما النص يخاطب من يبحث عن تحليل منطقي أو معلومات، مما يساعد في إعادة صياغة الأحداث لصالح إسرائيل، مثل نشر صور لصواريخ المقاومة مع تعليق يشير إلى أنها تستهدف المدنيين، بينما لا يتم عرض الصور الحقيقية لضحايا القصف الإسرائيلي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (السيد محمد أبو شعيشع ٢٠٢٢م)⁽⁹¹⁾، التي أوضحت أن غالبية المنشورات التي تناولت العلاقات الدبلوماسية العربية الإسرائيلية كانت عبارة عن نص وصورة بنسبة ٧٨.٤%، ودراسة (أحمد عبده محمد ٢٠٢٢م)⁽⁹²⁾، حيث اعتمدت صفحة "إسرائيل تتكلم العربية" على النص المكتوب المصاحب للصورة بنسبة ٥٨.٩%، في حين اختلفت مع دراسة (أحمد على عريقات وآخرين ٢٠٢١م)⁽⁹³⁾، والتي أوضحت أن الصور احتلت المركز الأول بنسبة قدرها ٦٥.١٨١% من مجموع المرفقات المستخدمة في صفحة "أفيخاي أدرعي".

وفي المرتبة الثانية اعتمدت الصفحة على الدمج بين النص والفيديو بنسبة ٣٠.٣٦%، بهدف تعزيز السر الإسرائيلي للأحداث، حيث تم توظيف الفيديو لجذب الانتباه وإضفاء المصداقية، بينما لعبت النصوص دورًا أساسيًا في التحكم بالسياق وتوجيه التفسير، سواء عبر عناوين مضللة، أو ترجمة محرفة، أو تعليقات تبرر الجرائم وتعيد تأطير الوقائع، ثم في المرتبة الثالثة وبفارق كبير جدًا النص المكتوب فقط بنسبة ١.٢٠%، الذي يساعد على تقديم رواية إسرائيلية مدروسة بعناية باختيار كلمات مختارة ومصطلحات ومفاهيم سياسية مضللة، مثل القول بأن الجيش الإسرائيلي يستهدف مواقع عسكرية، بينما

الواقع هو قصف أحياء سكنية، إضافة إلى تقديم معلومات غير دقيقة أو مجتزأة بهدف إقناع المتابعين بأن المقاومة هي المسؤولة عن الحرب، مثل الإصرار على أن "حماس" تمنع المدنيين من المغادرة، رغم استهداف إسرائيل للطرق التي يستخدمونها. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (مصطفى شكري علوان ٢٠٢٠م)⁽⁹⁴⁾، حيث احتل المنشور النصي المركز الأول بنسبة ٨٥.٤%، وفي المرتبة الرابعة وبنسب ضعيفة متقاربة بلغت ٠.٥٣%، ٠.٤٠% لكل من الروابط مصحوبة بنص وفيديو، أو روابط مصحوبة بنص وصورة، حيث يسعى القارئون على الصفحة لتحقيق تكامل إعلامي بين مختلف المنصات التابعة للحكومة، وذلك لتوزيع المحتوى على أوسع نطاق، والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور عبر قنوات متعددة من أجل تعزيز الرواية الإسرائيلية، خاصة في فترة الأزمات، عن طريق نشر رسائل موحدة عبر مختلف المنصات لدعم السرد الإعلامي الذي تروج له، ويعد نشر روابط لصفحات أخرى وسيلة لتوحيد هذه الرسائل وتعزيز تأثيرها، وفي المرتبة الأخيرة وبنسبة ضئيلة جدًا بلغت ٠.١٣% لكل من نص و رابط، أو صورة فقط، أو نص وصورة وفيديو، وتتفق نتائج هذا الجدول مع دراسة (مصطفى شكري علوان ٢٠٢٠م)⁽⁹⁵⁾، والتي أفادت بأن صفحتي "أفيخاي أدري" و"إسرائيل تتكلم العربية" استخدمتا العديد من الوسائل لإبراز المضامين المقدمة، مثل الصور والفيديو والرابط، ودراسة (هبه شفيق ٢٠٢١م)⁽⁹⁶⁾، حيث أثبتت نتائجها اعتماد تغريدات التلاعب السياسي الإسرائيلي على النص والصورة بنسبة ٣٨.٩%، يليه النص والفيديو، ثم النص فقط.

مما سبق يتضح حرص الدبلوماسية الإسرائيلية على تنوع المنشورات المقدمة للجمهور العربي عن طريق الجمع بين النص والصورة، أو النص والفيديو، وغيره، بهدف تحقيق أكبر قدر من التفاعل مع المنشور النصي؛ حيث تعتبر المؤثرات البصرية متمثلة في الصور والفيديوهات أحد الأدلة والشواهد التي تطوعها ضمن أساليب الإقناع التي تدعم النص وتزيد من الثقة في المعلومات المنشورة، ومن أكثر الأدوات تأثيرًا وجذبًا للآخرين.

ج- نوع ولغة الفيديوهات المستخدمة في تقديم المضمون:

جدول (١١)

يوضح نوع الفيديوهات المستخدمة في المحتوى

%	ك	نوع الفيديوهات المستخدمة في ال Post
59.071	140	١- تقرير مصور .
13.51	32	٢- كلمة لمسؤولي الحكومة الإسرائيلية.
11.41	27	٣- كلمة لمواطنين عاديين .
9.30	22	٤- مقطع ريلز .
4.22	10	٥- أغنية تحريضية .
2.12	5	٦- تسجيلات صوتية .
0.43	1	٧- موشن جرافيك .
100.00	237	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن غالبية الفيديوهات المنشورة كانت عبارة عن تقارير مصورة بنسبة بلغت ٥٩.٠٧١%، حيث اعتمدت الصفحة على التوثيق البصري السريع والمكثف لإيصال رسائلها بفعالية، فالتقارير المصورة أكثر إثارة للمشاعر، سواء كان عبر لقطات درامية منتقاة بعناية، أو مقابلات مترجمة، أو رسوم بيانية متحركة، هذا بالإضافة إلى تفاعله الأوسع عبر منصات التواصل، مما يعزز تأثيره ويُضفي مصداقية على الرواية الإسرائيلية، لكن الأمر ليس مجرد تقارير عادية؛ فهناك انتقاء دقيق للزوايا وتصميم محكم للمحتوى لخدمة الأجندة الإسرائيلية، مثل تصوير الضربات الجوية على أنها دقيقة وتبرير استهداف مناطق مدنية بزعم احتوائها على بنية تحتية عسكرية، وهناك أيضًا لقطات لمساعدات إنسانية تدخل غزة كمحاولة لتبييض الصورة وإظهار إسرائيل كطرف مساعد وليس معتديًا، على سبيل المثال فيديو نُشر يوم ٢٦/ يونيو ٢٠٢٤م فيديو يشير إلى ٤٠ طنًا من المساعدات الطبية، مع ذكر المغرب كجهة داعمة، بهدف إبراز إسرائيل كشريك متعاون مع دول عربية لتقديم المساعدات، وتقويض دعم المقاومة باستخدام هاشتاغ **#غزة_بدون_حماس** وكأن المشكلة ليست مع سكان غزة، بل مع حركات المقاومة فقط، هذا النوع من التقارير يهدف إلى تصوير إسرائيل كدولة داعمة للمساعدات الإنسانية، مُحاولًا بذلك طمس الروايات القائلة بأنها تفرض حصارًا على القطاع، كما تنشر الصفحة فيديوهات لتحسين صورتها بالتركيز على البعد الإنساني للجيش الإسرائيلي أثناء العمليات العسكرية، مثال على ذلك: فيديو نُشر يوم ٢٩/ أغسطس ٢٠٢٤م، يظهر لقاءً عاطفيًا بين فلسطيني ووالدته المسنة (٩٠ عامًا) بعد إنقاذه من قبيل الجيش الإسرائيلي، هذا المشهد مصمم للتلاعب بالعواطف، وكسر الصورة النمطية عن العدوانية الإسرائيلية، وإعادة صياغة رواية الحرب من زاوية أكثر إنسانية، دون التطرق للواقع القاسي الذي تعاني منه غزة في ظل الحصار والاعتداءات المستمرة، كما روجت الصفحة لإسرائيل كدولة حديثة محبة للحياة وواجهة سياحية جذابة حتى أثناء الأزمات، مثال على ذلك فيديو نُشر يوم ١٦/ يوليو ٢٠٢٤م، يصف مدينة يافا بأنها مليئة بالحياة والأنشطة الإيجابية، مع التركيز على مشهد الحياة الطبيعية في إسرائيل كدولة تنعم بالأمن والاستقرار حتى خلال الحروب، مُحاولًا بذلك تلميع المدن الإسرائيلية أمام الجمهور العربي كوجهات مريحة وعصرية.

وفي المرتبة الثانية اعتمدت الصفحة على كلمة المسؤولين الإسرائيليين بنسبة ١٣.٥١% كوسيلة أساسية لتبرير العمليات العسكرية والتأثير على المتابعين العرب، من خلال نشر فيديوهات كلمات القادة العسكريين والسياسيين حول أهداف الحرب وتبرير القصف، وخطابات لبث الخوف والإحباط بين سكان غزة عبر التأكيد على قدرة الجيش الإسرائيلي على تحقيق أهدافه، ومن أمثلة ذلك نُشر فيديو يوم ٢٥/ أغسطس ٢٠٢٤م، الذي يبدو متوجهًا لتقديم معلومات عن التحركات العسكرية وردود الفعل على إطلاق صواريخ من قبل حزب الله نحو إسرائيل، من خلال استخدام لهجة رسمية ومباشرة باعتماد المنشور على شخصية عسكرية مسئولة للتأكيد على الإجراءات الحاسمة التي تستخدمها القيادة العسكرية الإسرائيلية، مما يضيف جدية وتحذيرًا في نفس الوقت، مثال آخر منشور يوم ٢٢/ أغسطس ٢٠٢٤م، الذي يعرض

خطاب رئيس الوزراء الإسرائيلي أثناء زيارته لقاعدة عسكرية في الشمال، ويبرز أهمية سلاح الجو كقبضة حديدية تردع أعداء إسرائيل، مستهدفاً من ورائه الترويج لصورة إسرائيل كدولة قوية مهيمنة؛ مما يسهم في بث رسائل تهديد لأعدائها، وفي الوقت ذاته طمأنة الجمهور الإسرائيلي.

كما حرصت الصفحة على الترويج لفكرة أن موقفها مقبول في العالم العربي، وليس مجرد دعاية صهيونية، عبر نشر فيديوهات وتصريحات لشخصيات عربية تؤيد السرد الإسرائيلي وتنتقد حركات المقاومة، مُحاولاً بذلك كسب شرعية عربية لإسرائيل، وتشويه صور المقاومة، وبث الانقسام وزرع الشكوك في المجتمعات العربية، ومن أمثلة ذلك نُشر فيديو يوم ٢٨ / أبريل ٢٠٢٤م، لشخصية عربية توجه رسالة دعم لإسرائيل وتروج لفكرة أن إسرائيل توفر الحرية وحق اختيار القيادة والديمقراطية، ومزايا الحياة فيها مثل الرعاية الصحية ومستوى المعيشة، مقابل تشويه البدائل المطروحة من خلال انتقاد فكرة الحكم الإسلامي والإشارة إلى سلبية الحياة في "إيران" التي تتسم بالاضطهاد، وغياب الحقوق الأساسية مثل التأمين الصحي ومستوى المعيشة المناسب، بهدف تثبيط الدعم لأي نظام يعارض إسرائيل وتصويره على أنه غير قادر على تلبية متطلبات حياة كريمة ومستقرة، مثال آخر فيديو نُشر يوم ٧ / مايو ٢٠٢٤م، الذي يستهدف الهجوم على قيادات المقاومة، وعلى رأسهم "السنوار" كأحد أبرز قيادات "حماس" في قطاع غزة، لتشويه صورته في الداخل والخارج، واتهامه بعدم تقديم حلول للشعب الفلسطيني، أو توفير مقومات الحياة الأساسية لهم؛ مما يعكس رغبة الصفحة في تصويره على أنه قائد فاشل وغير قادر على تلبية احتياجات الشعب الفلسطيني وتحسين وضعهم المعيشي، مما يضعف دعمها في المنطقة، ويعزز من صورة قوى أخرى قد تكون أكثر توافقاً مع السياسات الإسرائيلية، أو تتبنى رؤى سياسية أكثر اعتدالاً.

وفي المرتبة الثالثة: استخدمت الصفحة مقاطع فيديو لمواطنين عاديين بنسبة ١١.٤١%، بهدف كسب تعاطف الرأي العام العربي، وتغيير نظرته تجاه الصراع، من خلال التشكيك في الرواية الفلسطينية، عبر استغلال شهادات ميدانيين تتناسب مع سياساتها لجعل الرواية الإسرائيلية تبدو أكثر مصداقية وإنسانية، مثل انتقاد "حماس" أو إظهار معاناة المدنيين على أنها بسبب حركات المقاومة وليس إسرائيل، مُحاولاً بذلك تخفيف حدة العداء الشعبي تجاهها، ومن أمثلة ذلك ما نشرته الصفحة يوم ١٠ / يونيو ٢٠٢٤م، الذي يزعم أن الغزيين غاضبون من "حماس" لأنها أقحمتهم في حرب لا طائل لها سوى البؤس، ويدعي أن سكان غزة يريدون التخلص من حكم "حماس" والانفصال عنها، في محاولة من الصفحة بإحداث انقسام داخلي بين الفلسطينيين عبر الترويج لفكرة أن "حماس" لا تحظى بتأييد شعبي، وإضعاف الدعم العربي والعالمى للمقاومة من خلال إظهار أن سكان غزة أنفسهم يرفضونها، وتبرير الحرب الإسرائيلية على غزة بزعم أنها حرب ضد جهة غير مرغوب فيها حتى من قبل الفلسطينيين، وفيديو آخر تم نشره يوم ٢٢ / يوليو ٢٠٢٤م، الذي يتحدث عن شهادة شخص من غزة يتم تقديمه على أنه ضحية لـ "حماس"، مع وصف واضح للتعذيب المزعوم الذي تعرض له، حيث يحاول الفيديو تسليط

الضوء على ما تسميه إسرائيل بممارسات "حماس" القمعية، بهدف تقويض دعم المقاومة داخليًا وخارجيًا، وإيصال رسالة مفادها أن سكان غزة يعانون ليس فقط من الحصار أو القصف، بل أيضًا من ممارسات داخلية، بهدف تشوية صورة "حماس" وربطها بالإرهاب عالميًا، وتعزيز فكرة النفي الكامل لشرعية "حماس"، وتصويرها ككيان عدواني غير منتخب أو ممثل للغزيين.

كما حرصت الصفحة على إظهار الجانب المدني من المجتمع الإسرائيلي والترويج لإسرائيل كضحية، من خلال نشر مشاهد لأطفال إسرائيليين في لحظات عادية مثل اللعب أو الضحك، لإظهار براءتهم وتصويرهم على أنهم كانوا يعيشون حياة طبيعية ويستمتعون بها قبل أن تنهي هجمات "حماس" حياتهم، ويعكس هذا مدى استغلال إسرائيل لضحاياها لتبرير سياستها وهجماتها، ولمعادلة المعاناة بين الطرفين، رغم أن الفارق في عدد الضحايا والدمار كبير جدًا، ودائمًا ما تقشل في إخفاء حقيقة أنها تقتل أضعاف هؤلاء الأطفال الفلسطينيين دون أية مساءلة. ومن أمثلة ذلك فيديو نُشر يوم ١١/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يتحدث عن طفلة تدعى "البيئيل" تعرضت للتعذيب والقتل المزعوم على يد "حماس"، مع أوصاف درامية مثل "تحولت إلى رماد" و"لم يبق شيء لدفنه"، هذه اللغة تهدف إلى إثارة المشاعر وتعزيز الكراهية ضد "حماس" من خلال تصويرهم كعديمي الإنسانية، مقابل تصوير إسرائيل كضحية من خلال تسليط الضوء على مقتل الأطفال الإسرائيليين، رغم أن أعداد الأطفال الفلسطينيين الذين قتلوا جراء القصف الإسرائيلي تفوق بكثير، هذا النهج يهدف إلى كسب الدعم الدولي وتبرير استمرار العدوان. وفيديو آخر نُشر يوم ٢/ يوليو ٢٠٢٤م يركز على قصة طفل يدعى "ساغي زئك" يزعم أنه حاول الفرار مع عائلته من هجوم "حماس" لكنهم ماتوا اختناقًا، بهدف استثارة العاطفة عبر التركيز على طفل وعائلة بريئة، كما أن استخدام رمز القلب المكسور في الصورة يجعل المتابع يتفاعل بشكل وجداني مع القصة دون التفكير النقدي في صحتها أو في الجرائم الإسرائيلية التي يتم تجاهلها، إنها لمحاولة من الصفحة لاستبدال السردية الحقيقية بأن إسرائيل تقتل الأطفال الفلسطينيين يوميًا بسردية مضادة تظهر الفلسطينيين كجناة بدلًا من ضحايا.

وترى الباحثة أن هذه المشاهد قد تكون موضوعة أو ممنتجة بشكل معين لتوصيل رسائل تخدم السرد الإسرائيلي، مُحاولَة كسب تعاطف المجتمع الدولي والعربي، وجعله يشعر بالصدمة والتعاطف العميق مع الضحايا الإسرائيليين، ويتساءلون: لماذا يُقتل الأطفال الأبرياء؟ وبالتالي تشتيت الانتباه عن معاناة الفلسطينيين، وتقليل التركيز على العوامل الأخرى للصراع.

بينما احتلت مقاطع (ريلز) المرتبة الرابعة بنسبة ٩.٣٠%، حيث حرصت الدبلوماسية الإسرائيلية على استخدام مقاطع الفيديو القصيرة (ريلز) عبر منصة الفيس بوك بشكل متزايد ومبتكر كجزء من استراتيجيتها الإعلامية، فهي تعد أكثر جذبًا للمشاهدين على منصات التواصل الاجتماعي، حيث تشهد هذه المنصات تفاعلًا كبيرًا من فئات عمرية مختلفة، كما أنها تخلق دافعًا لدى المتابعين لمشاركتها مع أصدقائهم، مما يزيد من قدرة إسرائيل على نشر رسائلها بشكل أكبر وأسرع بين المتابعين في مختلف

البلدان، بما في ذلك العالم العربي، وبفضل طبيعتها المختصرة يمكن لهذه المقاطع أن تحمل رسائل دعائية قوية تعرض في ثوان معدودة، حيث استخدمتها الصفحة لتوثيق مشاهد مؤثرة لأسر إسرائيلية وأطفالهم في لحظات خوف ورعب، أو شهادات لأشخاص عاديين يعبرون عن تجاربهم مع الحرب، لتحريف الواقع وتوجيه الانتباه عن معاناة الفلسطينيين، والتركيز على رسالة مفادها أن إسرائيل وأطفالها يتعرضون للهجوم، وأنهم ضحايا مثلهم مثل المدنيين الفلسطينيين، إضافة إلى سعي الصفحة لنزع الشرعية عن حركات المقاومة عبر اتهامها بالقمع والفساد والتبعية لإيران، هذه الفيديوهات القصيرة تستهدف تحفيز التعاطف بشكل مباشر مع إسرائيل، وتأليب الرأي العام ضد حركات المقاومة؛ نظرًا لما تستخدمه من تأثيرات بصرية وموسيقية معينة. ومن أمثلة ذلك منشور يوم ٥/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يصور "حماس" على أنها لا تهتم بمصلحة سكان غزة، بل تضطهدهم وتأخذ المساعدات المخصصة لهم، من خلال استخدام مصطلحات تحريضية مثل "الوحوش البشرية" و"حرامية"، محاولة إشعال الغضب الشعبي ضد "حماس" في غزة، ومنشور آخر يوم ٥/ يونيو ٢٠٢٤م، الذي يركز على تسجيل صوتي من لحظة اختطاف امرأة إسرائيلية تدعى "شارون أونى" مع طفليها، والتركيز على وجود أطفال صغار يجعل القصة تبدو أكثر مأساوية، مما يستدرج تعاطف الجمهور، وفي بعض الأحيان نشرت الصفحة مقاطع فيديو قصيرة دون صوت، فهو أسلوب دعائي متعمد، حيث يركز المشاهد بالكامل على المشهد البصري، مما يعزز من وقع التدمير والضربات العسكرية على المشاهدين، فالصور القوية للتدمير قد تكون كافية لإيصال الرسالة دون الحاجة إلى تعليق أو تفسير، كما هو الحال في مقطع (الريلز) الذي نشرته الصفحة يوم ١١/ يوليو ٢٠٢٤م، والذي يعرض صورًا من الأنفاق المدمرة مع لقطات للأسلاك الكهربائية والمعدات داخلها، في محاولة لتقديم هذه العمليات كإجراء دفاعي ضروري وليس عدوانًا، وكدليل على أن "حماس" تسرق موارد غزة لاستخدامها في الحرب بدلًا من توفيرها للسكان. وترى الباحثة أنه عندما لا يرفق المقطع بتعليق أو موسيقى يظهر وكأنه توثيق محايد، وليس دعاية مباشرة، مما يجعله أكثر تصديقًا وانتشارًا، كما أنه يجعل المشاهد أكثر ميلًا لتفسير الحدث بنفسه، مما قد يؤدي إلى استنتاجات تدعم السردية الإسرائيلية دون الحاجة إلى فرضها مباشرة، يضاف إلى ذلك أن الصفحة قد تقوم بإعادة استخدام هذه المقاطع القصيرة لاحقًا وإضافة نصوص مختلفة أو تعليقات صوتية متنوعة مما يمنحها مرونة في التوظيف الإعلامي.

يلجأ إليها في المرتبة الخامسة الأغاني التحريضية بنسبة ٤.٢٢%، حيث تعد أداة قوية في الحروب الإعلامية، خاصة إذا كانت تهدف إلى تحفيز مشاعر العداة تجاه العدو لأنها عادة ما تحتوي على كلمات تعبيرية تشدد على ضرورة القضاء عليه، وتجنب الخطر الذي يشكله، حيث وظفتها الصفحة لتحفيز مشاعر الشعور بالقوة والتماسك الداخلي بين الإسرائيليين لمواجهة أعدائها، ولزيادة مشاعر الكراهية تجاه حركات المقاومة، عن طريق تصوير حركات المقاومة كجهات يربون جيلًا إرهابيًا ويستغلون الطفولة لتحويلهم لأدوات للحرب وزرع العنف والمقاومة فيهم، عن طريق نشر مقاطع فيديو

لأطفال فلسطينيين يحملون الأسلحة ويرددون أغاني حماسية تدعو للجهاد والمقاومة، مع التركيز على كلمات تدعو للقتال والتضحية، مما يعزز ترويج فكرة أن حركات المقاومة يزرعون الكراهية منذ الصغر، وكذلك فكرة "السلام مستحيل"، وبالتالي يصبح العنف ضدهم مبرراً، ويدعم السردية الإسرائيلية التي ترفض الحلول السياسية. ومن أمثلة الأغاني التي نشرتها الصفحة خلال فترة الدراسة فيديو نشر يوم ١٧/ يوليو ٢٠٢٤م، يدور حول أغنية "جنين ياثورتي" وهي أغنية وطنية حماسية تستخدم في سياقات تدعو للمقاومة والصمود، حيث تتحدث عن مدينة جنين كمركز للمقاومة الفلسطينية، كلماتها تجدد فكرة الثورة والكفاح المسلح ضد الاحتلال الإسرائيلي، كما استخدمت الأغنية كموسيقى خلفية لمشاهد أطفال فلسطينيين في لباس عسكري، يرتدون الأقنعة ويحملون السلاح، وهم يؤدون تدريبات ويستعرضون مهارات قتالية رمزية، تحاول الصفحة تبرير استهدافها للفلسطينيين حتى الأطفال بحجة أنهم ليسوا مدنيين، بل مقاتلين محتملين، والتأثير على الرأي العام الفلسطيني والعربي، خاصة أولئك الذين قد يترددون في دعم الفصائل الفلسطينية. ومنشور آخر يوم ٣/ يونيو/ ٢٠٢٤م لأغنية "شفتو البطل" باستخدام صورة طفل يجبو على الأرض كرمز للبراءة والضعف وعدم القدرة على الدفاع عن نفسه، مما يعزز الصورة السلبية عن "حماس" واتهامها باستخدام الأطفال بشكل غير أخلاقي. وكذلك منشور ٢٧/ أغسطس/ ٢٠٢٤م لأغنية الأنفاق التي تصور حركات المقاومة كإرهابية تستخدم الأنفاق في المناطق السكنية أو بالقرب من المنشآت المدنية لتسهيل التنقل بين المناطق وتخزين الأسلحة وتنفيذ الهجمات، فمن خلال هذه الأغنية تحاول الصفحة إظهار حركات المقاومة كمنظمات لا تهتم بحياة المدنيين، وتصوير الأنفاق كوسيلة حربية تستهلك الموارد التي كان من الممكن أن تستثمر في تحسين حياة الفلسطينيين.

بينما استخدمت الصفحة التسجيلات الصوتية في المرتبة السادسة بنسب ٢.١٢%، كأداة مؤثرة وجزء من تكتيك شامل لتوجيه رسائل موجهة إلى الجمهور العربي والدولي، بهدف تعزيز السردية الإسرائيلية كأمة بشرية تواجه تحديات إنسانية مأساوية، وتشكيل صورة الضحية لدى الرأي العام العربي والدولي، حيث إن الصوت يملك قدرة على نقل المشاعر بشكل مباشر وقوي، سواء كان صوت طفل يبكي، أو شهادة شخص يتحدث عن معاناته خلال الهجمات، مما يساعد في تركيز الانتباه على الحزن والألم الناتج عن الصراع، وقد تضمنت التسجيلات الصوتية حكايات شخصية مثل شهادات من إسرائيليين أو أسر مكلمة يذكرون كيف كانت الهجمات تستهدف المدنيين خاصة الأطفال، مما يمنح الرسالة طابعاً أكثر واقعية ومصداقية لدى المتابعين، كما استدللت الصفحة ببعض تسجيلات لمواطنين غزيين يتحدثون عن ممارسات المقاومة والمأساة التي يعيشون فيها، بهدف تشويه صورة المقاومة في أنظار الرأي العام الدولي والعربي، حيث نشرت الصفحة تسجيلاً صوتياً لأحد سكان غزة يتحدث عن ممارسات "حماس" مثل منع إخلاء سكان "جباليا" بالقوة، واستخدام المدنيين كدروع بشرية، محاولة نفي مسؤوليتها القانونية والأخلاقية عن "مجزرة جباليا"، وتبريرها لاستهداف المناطق المأهولة بالسكان، بهدف

تجنب الإدانة الدولية وتوجيه الغضب العالمي نحو المقاومة، وإقناعه بأن الجيش الإسرائيلي لم يكن أمامه خيار سوى قصف "جباليا"، وأن سقوط الضحايا المدنيين بسبب تصرفات "حماس" وليس نتيجة لقرارات الجيش الإسرائيلي، كما حاولت الدبلوماسية الإسرائيلية من خلال التسجيل الصوتي الذي نشرته عبر الصفحة يوم ١٨/ يونيو ٢٠٢٤م، والذي يتمنى فيه المتحدثون موت قيادة "حماس" تقديم حربها كحرب ضد إرهابيين، محاولة إظهار أن العمليات العسكرية الإسرائيلية ضد "حماس" هي استجابة لمطالب داخلية فلسطينية بالقضاء على الذين يعتبرون عقبة أمام نهاية الحرب.

وأخيراً فيديو الموشن جرافيك بنسبة ٤٣.٠%، باعتباره أداة فعّالة لنقل رسائل معقدة بطريقة جذابة وسهلة الفهم، نظراً لما يتميز به من قدرة على دمج النصوص والصور المتحركة بشكل مبتكر، ووسيلة قوية لتحفيز ردود فعل عاطفية وفكرية لدى الجمهور، إذ يمكن لهذه الرسوم المتحركة أن تبرز المعاناة والألم بطريق أكثر عمقاً من النصوص الثابتة، مما يعزز من فاعلية الرسائل التي تركز على أهمية السلام والتسوية السلمية في ظل الأوضاع الراهنة، حيث سعت الصفحة من خلال الموشن جرافيك الذي نشرته يوم ١٦/ يونيو/ ٢٠٢٤م إلى إحداث تأثير بصري يلامس مشاعر المتابعين، وخصوصاً في تناول موضوع المعاناة الإنسانية في لبنان، والحاجة إلى ضبط النفس ورفض الحرب، وتأثيرها على المواطنين اللبنانيين، سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي أو السياسي، مع التأكيد على أن هذه المآسي جاءت نتيجة الأفعال والسياسات التي تبنتها جماعة حزب الله، والتي مع استمرارها في هذا النهج ستسبب في مزيد من الأزمات للبنان، وأن البلاد قد تواجه أسوأ من ذلك إذا لم يتخذ المواطنون اللبنانيون خطوات لوقف هذا النهج، محاولة إظهار الحزب كطرف غير قانوني وغير شرعي في صراعات المنطقة، من أجل التأثير على الرأي العام اللبناني والعربي، وكذلك المجتمع الدولي.

جدول (١٢)

يوضح لغة الفيديوهات المستخدمة في المحتوى

لغة الفيديو	ك	%
١- لغة عربية.	125	52.74
٢- لغة أجنبية مترجمة وغير مترجمة.	112	47.26
المجموع	237	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أغلب الفيديوهات المنشورة عبر الصفحة جاءت باللغة العربية بنسبة ٥٢.٧٤%، حيث إنها اللغة الأم لملايين الأشخاص في الدول العربية، بما في ذلك فلسطين ولبنان، فمن خلال استخدام اللغة العربية يمكن للصفحة الوصول بشكل مباشر إلى الجمهور العربي الذي يعيش هذه الحروب والأزمات عن كثب، والتأثير بشكل أكبر على المشاعر والأفكار السائدة في هذه الفترة من التوتر، كما يمكن الصفحة من تقديم سرد خاص بها للواقع السياسي والإنساني في المنطقة، وتقديم روايات مضادة، وتنفيذ المفاهيم السائدة، خاصة المتعلقة بحركات المقاومة. وفي المرتبة الثانية كانت اللغة الأجنبية المترجمة وغير المترجمة بنسبة ٢٥.٧٤%، حيث إن نشر فيديوهات باللغة

الإنجليزية، يعزز من ظهور الرسائل الإسرائيلية في الإعلام الغربي، مما يزيد من قدرتها على التأثير في كيفية عرض هذه الوسائل للصراع، إضافة لوجود فيديوهات باللغة العبرية رغبة من الحكومة الإسرائيلية في التواصل المباشر مع شعبها وجنودها في وقت الحرب، وتوضيح تحركاتها العسكرية مما يعزز من دعم المجتمع الإسرائيلي للقرارات السياسية والعسكرية.

د- نوع الصور المستخدمة في تقديم المضمون:

جدول (١٣)

يوضح نوع الصور المستخدمة في المحتوى المنشور

نوع الصور المستخدمة في المنشور	ك	%
١- شخصية	222	43.96
٢- إنفو جراف	110	21.79
٣- موضوعية	70	13.86
٤- ألبوم صور	60	11.88
٥- كاريكاتير	35	6.93
٦- علم	4	0.79
٧- خريطة	4	0.79
المجموع	505	100.00

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الصور الشخصية حازت على المرتبة الأولى من بين الصور التي استخدمتها الدبلوماسية الإسرائيلية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م بنسبة بلغت ٤٣.٩٦%، حيث ركزت الصفحة على استخدام الصور في منشوراتها كأداة دعائية تستهدف الرأي العام العربي، ولم يكن اختيار الصور مجرد اختيار بصري، بل جزء من استراتيجية مدروسة تهدف إلى التلاعب بالعواطف، وإثارة مشاعر معينة مثل الخوف، التعاطف، أو حتى الغضب، وبث رسائل نفسية وفقاً للرسالة التي تريد إسرائيل إيصالها، من خلال نشر صور منتقاه بعناية تحوي مضامين معينة يتم تعزيزها من خلال نص موجز يتضمن معلومات أو أفكار بهدف إحداث تأثير عاطفي، وخلق توجهات محددة وتعزيز الرواية الإسرائيلية وترسخها في ذهن المتابع، فالصور لها تأثير عميق في الذاكرة من النصوص وحدها، وهذه الصور كانت عبارة عن صور لأشخاص أو أماكن أو صور لشخصيات عربية تدعم دولة إسرائيل والسلام المجتمعي، وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (ممدوح السيد عبد الهادي ٢٠٢٤م)^(٩٧)، حيث احتلت الصور الموضوعية المرتبة الأولى بنسبة ٦١.٦%، في حين احتلت الصور الشخصية المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ١٣%.

وفي المرتبة الثانية وظفت الصفحة الإنفوجرافيك بنسبة ٢١.٧٩%، كوسيلة بصرية لجذب الانتباه وتبسيط المعلومات، وتوجيه السرد بما يخدم روايتها، من خلال الأرقام والرسوم التوضيحية، بهدف التأثير على المتابعين العرب، سواء بتبرير الاعتداءات، أو إعادة صياغة الأحداث وفقاً لمصالحها، وقد اعتمدت

الصفحة على الإنفوجراف الثابت نظرًا لأنه يختصر المعلومات المعقدة في تصاميم بسيطة وجذابة، مما يسهل على متابعيها استيعابها بسرعة، وقد لوحظ اهتمام الصفحة بالجمع بين النص والعنصر البصري، حيث قدمت النص مصاحبًا للصورة ولم تقدم عنصرًا مرئيًا فقط أو نصًا فقط، مما يعزز من قدرة الرسالة على الوصول بسرعة ووضوح إلى المتلقي، كما ركز محتوى الإنفوجراف على تقديم البيانات الإحصائية، خاصة عدد القتلى الإسرائيليين أو أعداد المحتجزين منذ بدء الحرب أو نشاط المساعدات الإنسانية التي دخلت غزة عبر معبر "كرم أبو سالم"، وانتصاراتها في الحرب من وجهة نظرها من خلال رصد عدد تصفياتها ومهاجمتها لأهداف إرهابية، كما اهتمت بعرض وجهات النظر المختلفة، حيث ركزت بدرجة كبيرة على عرض وجهة نظر مؤيديها من أمريكا والدول العربية.

يليه في المرتبة الثالثة الصور الموضوعية بنسبة ١٣.٨٦%، حيث استخدمت الصفحة الصور الموضوعية كأداة دعائية ضمن استراتيجيتها الإعلامية، ليس فقط لتبرير جرائمها، ولكن أيضًا للتأثير على الرأي العام وإضعاف المقاومة، من خلال انتقاء مشاهد معينة والتلاعب بالسياق، بهدف توجيه السرد الإعلامي لصالحها، وتوظيفها لإظهار نفسها كضحية في مقابل شيطنة الفلسطينيين والمقاومة كجهات إرهابية، حيث نشرت الصفحة صورًا تدعي أنها لمخازن أسلحة في مناطق سكنية لتبرير القصف العشوائي، وحاولت تصوير المستشفيات والمدارس على أنها مواقع عسكرية تستخدمها المقاومة، كما نشرت صورًا مضللة لإثارة الشكوك حول شرعية المقاومة وتقديم نفسها كجهة تسعى إلى السلام. وفي المرتبة الرابعة استخدمت الصفحة اليوم الصور بنسبة ١١.٨٨%، كأداة دعائية وسلاح إعلامي قوي مستغلة التأثير البصري للصور في التضليل والتلاعب، لتشكيل الرأي العام وكسب تعاطفه من خلال اختيار صور معينة ونشرها بأسلوب مدروس يبرز وجهة نظرها ويخفي الحقائق غير المرغوبة، عن طريق استغلال صور قديمة أو خارج سياقها لربط المقاومة بتنظيمات متطرفة أخرى، إضافة إلى التأثير النفسي على الفلسطينيين وإضعاف معنوياتهم، ببث صور تظهر اعتقال واغتيال قيادات المقاومة في محاولة لزرع الخوف وإضعاف الروح المعنوية لديهم، كما عرضت صورًا للأحياء المدمرة في غزة لترهيب المدنيين وإيصال رسالة مفادها أن المقاومة ستؤدي إلى مزيد من الدمار، وفي المرتبة الخامسة وجدت بعض الصور التي كانت عبارة عن رسوم كاريكاتورية بنسبة ٦.٩٣%، والتي تعد من أقوى الأدوات البصرية في الإعلام السياسي، حيث قام بها مسئولو الصفحة كأداة دعائية ممنهجة في إطار ما شنته قوات الاحتلال من حرب نفسية عبر منصاتهما بما يحقق أهدافها في إطار حربها غير العادلة، بهدف السخرية من المقاومة وتشويهها وبث الإحباط في النفوس، مما يسهم في إضعاف الدعم الشعبي لها، كما هو الحال في الكاريكاتير المنشور بتاريخ ٢٢/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي يركز على تصوير قادة "حماس" كأشخاص مستفيدين من الوضع السيئ في غزة، بالإشارة إلى الدمار الذي تعاني منه غزة، في مقابل تفضيل "حماس" رفاهية قادتها الذين يتلقون المساعدات ويستغلونها لأغراضهم الشخصية بدلًا من استخدامها لتلبية احتياجات المواطنين في غزة، محاولة بذلك تبرير الهجمات العسكرية الإسرائيلية ضد غزة، من خلال تصوير الأنفاق كمواقع للتهريب والفساد، مما يسهم في تعزيز السردية الإسرائيلية، وأيضًا كاريكاتير نُشر يوم ٢٢/ أغسطس ٢٠٢٤م، والذي وظفته الصفحة لتوجيه نقد حاد لإيران وحزب الله من

خلال المبالغة البصرية والتلاعب بالرموز الدينية والسياسية والآيات القرآنية، وقلب المعنى الأصلي للسخرية من التحالف الإسلامي، حيث نجده يتلاعب بآية قرآنية من سورة المائدة "وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان" ويدعي أن التحالف المقصود يطبقها بالعكس، إحياءً بأن الجهات المستهدفة تتصرف عكس المبادئ الأخلاقية والدينية، إضافة إلى ذلك يظهر في الصورة رجلان يرتديان عمامة سوداء، وخلفهما العلم الإيراني وعلم حزب الله يمثلان "إيران" وحزب الله، وقد تم رسمهما بملامح بارزة ومبالغ فيها، مما يجعل المشهد ساخرًا ومستقرًا للجمهور المستهدف، إضافة إلى شكل القلب الذي يصنعهما بأيديهما ينزف دمًا تغطي الأرض، مما يعكس رسالة مفادها أن هذا التحالف ينشر العنف والدماء بدلًا من الحب والسلام. يضاف إلى ذلك محاولة الصفحة تقديم إسرائيل كمخلص ومدافع ومنقذ للشعب الفلسطيني كما في الكاريكاتير المنشور ٢١/ أكتوبر ٢٠٢٤م، والذي صور سكان غزة وهم مقيدون بالحبال وفي وضع صعب، بينما إسرائيل تقوم بقص هذه الحبال وتتقدمهم، مما يشير إلى انتصارها وتحرر سكانها من سيطرة "حماس"، أي أن إسرائيل هي القوة المنتصرة والقادرة على تحرير المنطقة من الإرهاب وتحقيق الاستقرار.

وفي المرتبة السادسة ونسبة ٠.٧٩%، استخدمت الصفحة صورة العلم الإسرائيلي، كأداة تؤكد شرعية سياساتها العسكرية، ورمز للهوية الوطنية والتضامن، حيث استخدم علم إسرائيل في منشورات تمجد القتال ضد حركات المقاومة والانتصار عليهم، حيث تم إدراجه بجانب صور للحروب والعمليات العسكرية كرمز لقوة الردع الإسرائيلية، أيضًا في منشورات تحتوي على صور لجنود إسرائيليين وهم يرفعون العلم في مناطق تعرضت للهجوم لتعزيز الشعور بالفخر والانتصار، وبنفس النسبة اعتمدت الصفحة على الخرائط التي تعرض التحركات العسكرية الإسرائيلية وتحديد الأهداف العسكرية التي تم استهدافها في غزة بحجة إظهار المسافة بين الأهداف العسكرية ومناطق السكان، والتأكيد على أن الهجمات الإسرائيلية موجهة بدقة ضد أهداف إرهابية، ولا تستهدف المدنيين بشكل مباشر، مما يعزز مصداقية روايتها في مواجهة التهم المتعلقة بانتهاك حقوق الإنسان واستهداف المدنيين، وإضعاف الادعاءات المضادة.

هـ: أنواع الروابط المستخدمة في تقديم المضمون:

جدول (١٤)

يوضح أنواع الروابط المستخدمة في تقديم المضمون

منشور الرابط	ك	%
١- إحالة لموقع إسرائيلي.	3	37.50
٢- مواقع تواصل اجتماعي.	3	37.50
٣- إحالة لمواقع صحف.	1	12.50
٤- مدونات شخصية.	1	12.50
المجموع	8	100.00

يتضح من بيانات الجدول السابق أن إحالة الصفحة لمواقع إسرائيلية جاء في مقدمة الروابط المستخدمة في تقديم المضمون خلال فترة الدراسة بنسبة بلغت ٣٧.٥٠%، حيث سعت الصفحة إلى تعزيز مصداقية منشوراتها من خلال تضمينها روابط تقود إلى مصادر موثوقة من وجهة نظرها، هذه

الروابط تساعد في دعم المعلومات والبيانات التي تنشرها إسرائيل، مثل التقارير العسكرية والتصريحات الحكومية، مما يعزز من حججها الإعلامية ويعطي صورة عن الشفافية، وبنفس النسبة بإضافة روابط لمواقع التواصل الاجتماعي مما يتيح لإسرائيل نشر روايتها المضللة على نطاق واسع، وبالتالي زيادة التأثير الإعلامي على الرأي العام، كاستخدام حسابات رسمية مثل الناطق باسم الجيش الإسرائيلي لنشر بيانات وتقارير تدعم موقف إسرائيل، ونشر قصص إنسانية مضللة عن المدنيين الإسرائيليين لتبرير هجماتها، إضافة لمنصات التواصل الأخرى كاليوتيوب وإكس لنشر مقاطع فيديو لشخصيات عربية داعمة لإسرائيل، وتفنيد مزاعم المجاعة واتهام "حماس" بالاستيلاء على المساعدات، وتحميلها مسؤولية الأزمة الإنسانية رغم الأدلة الواضحة من المنظمات الدولية بأن سكان غزة يعانون من كارثة حقيقية بسبب الحصار والهجمات المستمرة. وفي المرتبة الثانية جاءت: إحالة الصفحة لمواقع الصحف، بنسبة ١٢.٥٠%، بهدف إضفاء الطابع الرسمي والمصادقية على المعلومات وروايتها للأحداث من خلال إحالة الصفحة لتقارير منشورة في صحف عالمية معروفة بتأييدها لإسرائيل مثل نيويورك تايمز، وواشنطن بوست، للإيحاء بأن المعلومات الوارد ليست مجرد دعاية إسرائيلية، بل مدعومة بتقارير إعلامية دولية، مما يساعد في تقليل الانتقادات الدولية وإضفاء الشرعية على رسائلها حتى لو كانت تحتوي على مغالطات أو تحريف للحقائق. وبنفس النسبة إحالة الصفحة لمدونات شخصية، كأداة دعائية للتأثير على الرأي العام، حيث تلعب دورًا مهمًا في توثيق الأحداث ونقل الرواية من منظور الأفراد المناصرين لإسرائيل من مختلف الجنسيات لنشر وجهة نظرها حول الحرب، وإظهارها كدولة تدافع عن نفسها ضد الإرهاب، محاولة إضفاء طابع إنساني على الجنود الإسرائيليين من خلال سرديات شخصية تظهرهم كضحايا وليس كقوات احتلال. وترى الباحثة أن استخدام الصفحة للمدونات الشخصية يساعدها في توسيع نطاق دعايتها دون الظهور مباشرة كفاعل رسمي، مما يمنحها مساحة أكبر لنشر معلومات مضللة.

ثالثاً: الفئات الخاصة باستراتيجيات تحسين الصورة الذهنية المستخدمة في الصفحة.

جدول (١٥)

يوضح الاستراتيجيات المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية لتحسين الصورة الذهنية

%	ك	استراتيجيات إصلاح صورة الذهنية	
37.82	284	١- التذعيم والتعزيز.	١- التقليل من عدائية الحدث
20.64	155	٢- الهجوم.	
3.99	30	٣- المقارنة والتمايز.	
3.20	24	٤- التسامي.	
1.73	13	٥- التهوين والتقليل.	
67.38	506	الإجمالي	
17.31	130	١- تحويل اللوم.	٢- الإنكار
0.80	6	٢- إنكار بسيط (الأزمة أو الضرر).	
18.11	136	الإجمالي	
4.53	34	١- التبرير.	٣- التهرب من المسؤولية
4.39	33	٢- النوايا الحسنة.	
3.33	25	٣- الضعف أو عدم الإمكانية.	
0.40	3	٤- الحادثة أو المصادفة.	
12.65	95	الإجمالي	
0.80	6		٤- أكثر من استراتيجية
0.67	5		٥- الإجراءات التصحيحية
0.40	3		٦- الاعتذار
100.00	751	المجموع	

يتضح من بيانات الجدول السابق تنوع الاستراتيجيات المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية في إطار إصلاح صورة إسرائيل الذهنية خلال حربها على غزة ٢٠٢٤م، حيث يعد إصلاح الصورة الذهنية أحد أهم التحديات التي تواجهها الحكومات والدول، خاصة في انتشار وسائل الإعلام الحديثة ومنصات التواصل الاجتماعي، ففي خضم تلك الحرب لجأت الدبلوماسية الإسرائيلية عبر صفحتها "إسرائيل تتكلم العربية" إلى استخدام مجموعة من الاستراتيجيات المختلفة المحكمة والمدروسة لمحاولة تبرير عملياتها العسكرية وتقليل وقعها على الرأي العام العربي والدولي، حيث كانت الاستراتيجية الأكثر استخداماً هي استراتيجية التقليل من عدائية الحدث بنسبة بلغت ٦٧.٣٨%، مما يشير إلى أن إسرائيل تعتمد بشكل أساسي على التخفيف من وقع جرائمها، وتصوير عملياتها العسكرية على أنها دفاعية ومحدودة الأثر عبر التلاعب بالألفاظ والمفاهيم واستخدام لغة تخفيفية، كوصف القصف الجوي بـ"الضربات الدقيقة"

و"استهداف خلايا إرهابية" رغم استهداف المدنيين، وتضليل الجمهور حول حجم الخسائر البشرية عبر الادعاء بأن القتلى هم إرهابيون أو عناصر معادية، حتى عندما تكون هناك أدلة واضحة على مقتل مدنيين، يليها في المرتبة الثانية استراتيجية الإنكار بنسبة ١٨.١١%، أي أن إسرائيل أنكرت مسؤوليتها عن الأحداث والمجازر الكبيرة مثل مجازر المستشفيات والمدارس، وحتى عن انتهاكات حقوق الإنسان رفضت الاعتراف بعدد الضحايا الحقيقي، مكثفة بالإشارة إلى "قتلة حماس"، متجاهلة المدنيين تمامًا، بل ووصل الأمر إلى حد التشكيك في مصداقية الفيديوهات والصور القادمة من غزة، ووصفها بأنها مفبركة أو مأخوذة من أحداث سابقة، مستهدفة إثارة الشك لدى المتابعين، مما يسمح لها بالمناورة إعلاميًا. ثم في المرتبة الثالثة استراتيجية التهريب من المسؤولية بنسبة ١٢.٦٥%، في إطار إلقاء اللوم الكامل على حركات المقاومة، مصورة إياها على أنها المسؤولة الوحيدة عن الحرب ومعاناة المدنيين، وذلك من خلال الترويج لفكرة استخدام "حماس" للمدنيين كدروع بشرية لتبرير استهداف المناطق السكنية، كما تم تحميل المقاومة مسؤولية التصعيد، محاولين إظهار الحرب على أنها نتاج إرهاب المقاومة، وليس بسبب الحصار والقمع الإسرائيلي. يليها في المرتبة الرابعة الجمع بين أكثر من استراتيجية بنسبة ٥٠.٨٠%، وهو نوع من التضليل المركب، مما يوفر مخرجًا لإسرائيل في حال تم كشف كذب إحدى الروايات، يمكنها التحول إلى استراتيجية أخرى دون فقدان السيطرة على خطابها، وقد وردت منشورات عديدة جمعت بين أكثر من استراتيجية منها منشور بتاريخ ١٥/ أغسطس ٢٠٢٤م، الذي ألقى اللوم على "حماس" في تدمير مستقبل أبناء غزة وتصويرها كجهة تقوم بغسل أدمغة الشباب الفلسطيني وتحويلهم إلى إرهابيين، بهدف إقناع الجمهور العربي والدولي بأن إسرائيل ليست المعتدية، بل تقوم بتصحيح مسار من تعتبرهم إرهابيين، إضافة إلى تبريرها لعملية الاغتيال ضد الفلسطينيين بأنهم إرهابيون سابقون أطلقتهم "حماس" في صفقات التبادل، بهدف جعل عملية الاغتيال كإجراء أمني، بدلًا من اعتبارها انتهاكًا للقانون الدولي. مثال آخر لفيديو نُشر بتاريخ ٢٩/ سبتمبر ٢٠٢٤م، الذي ربط هذه الحرب بالصراع الإقليمي بين إسرائيل وإيران، وخلق تصور بأن "إيران" تشكل تهديدًا وجوديًا يجب التصدي له، مُحاولًا تقديم إسرائيل كدولة تحمي المنطقة من النفوذ الإيراني الخبيث، مبررًا استمرار الحرب على غزة ولبنان بأنها ليست خيارًا، بل ضرورة لمواجهة التهديد الإيراني، مما يمنح إسرائيل غطاءً سياسيًا لاستمرار عملياتها العسكرية، مع إلقاء اللوم على "إيران" وتحميلها المسؤولية الكاملة عن التصعيد، وتصوير "حماس" وحزب الله مجرد أدوات في يدها، بهدف إزالة أية مسؤولية إسرائيلية عن اندلاع الحرب.

وفي المرتبة الخامسة: استراتيجية الإجراءات التصحيحية بنسبة ٥٠.٦٧%، وكان استخدامها ضعيفًا، مما يشير إلى عدم جدية إسرائيل في تحسين أوضاع الفلسطينيين، واقتصر الأمر على الإعلان المزعوم عن فتح ممرات إنسانية، مع استمرار القصف في أماكن قريبة، والحديث عن التحقيقات في بعض الحوادث كانت شكلية دون أية نتائج حقيقية وتنفيذ فعلي أو مساءلة للمسؤولين. مثال ذلك منشور بتاريخ ٣٠/ أبريل ٢٠٢٤م، الذي حاول تعديل الصورة الذهنية الناتجة عن الدمار الذي حصل في الحرب

والتركيز على إعادة الإعمار والنمو، المنشور لا يعترف بمسؤولية إسرائيل عن أي دمار، لكنه يسلط الضوء على جهود إعادة الإعمار، مما يعطي انطباعاً بأنها تعالج آثار الصراع بطريقة إيجابية. ومنشور آخر بتاريخ ١٥/أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي يبرز دور إسرائيل في إعادة إعمار القرية من خلال التخطيط لإعادة البناء وإصلاح الضرر الناتج عن الصراع، وتوفير السكن لـ ١٥٠ عائلة جديدة، وزراعة الأشجار وإعادة تأهيل المنطقة، في مقابل تصوير الطرف الآخر كمسئول عن الخراب. وكذلك فيديو نُشر بتاريخ ١٤/أكتوبر ٢٠٢٤م، يدعي أن إسرائيل تعمل على تزويد قطاع غزة بالوقود اللازم لتشغيل المخابز، مع توضيح أنها هناك وفرة في إنتاج الخبز "أكثر من ٣ ملايين رغيف يوميًا"، ونفي وجود أزمة غذائية بالتركيز على الأرقام والإجراءات المزعومة، مُحاولاً تصوير إسرائيل بأنها تهتم باحتياجات السكان وتسهم في تحسين أوضاعهم المعيشية حتى في ظل النزاع.

وأخيراً جاءت استراتيجيات الاعتذار ونسبة ضعيفة بلغت ٠.٤٠%، حيث إن إسرائيل نادراً ما تعترف بأخطائها، والبيانات التي تصدر عنها دائماً ما تبرر تصرفاتها بدلاً من الاعتراف بها، مثال ذلك فيديو نُشر بتاريخ ٣/أبريل ٢٠٢٤م، يبدأ بتعبير رئيس الأركان "هيرتسي هيلفي" عن "أسفه العميق"، وهو أسلوب لغوي مهذب يستخدم لتهدئة الرأي العام وإظهار التعاطف مع الضحايا، دون تحمل المسؤولية القانونية الكاملة عن الحادث، من خلال وصف واقعة ضحايا جمعية المطبخ المركزي العالمي بأنها "حادث مأساوي"، وتقديمها كواقعة غير مقصودة، في محاولة من الصفحة لتحسين صورة الجيش الإسرائيلي كمؤسسة ملتزمة بالقانون الدولي، مما يساعد في تحسين علاقاتها مع الجهات الداعمة لها دولياً. وفيديو آخر نُشر بتاريخ ٢/أبريل ٢٠٢٤م، ينقل تصريحاً لرئيس الوزراء الإسرائيلي يعبر عن أسفه للحادث مأساوي، والاعتراف بحدوث استهداف للمدنيين لكن مع التأكيد بأنه غير مقصود، والقول بأن هذا يحدث وقت الحرب، مما يجعل الحادث يبدو كجزء طبيعي من النزاعات، وليس كفعل متعمد، ومنشور آخر نُشر بتاريخ ٥/أبريل ٢٠٢٤م، حاول تصوير استهداف موظفي منظمة المطبخ المركزي بأنه خطأ غير مقصود، بسبب سوء تقدير أحد القادة العسكريين، وليس استهدافاً متعمداً، أو نتيجة لسياسة ممنهجة، مبرراً ذلك بأن الجيش الإسرائيلي لم يتعرف على سيارات المنظمة الإنسانية، مما جعله يبدو وكأنه حادث في ظروف قتالية معقدة دون تحمل مسؤولية كاملة عنها، وتختلف هذه النتائج مع دراسة (عراك غانم محمد ٢٠٢٠م)⁽⁹⁸⁾، حيث أظهرت أن استراتيجيات الإجراءات التصحيحية حلت المرتبة الأولى بنسبة ٣٠% يليها في المرتبة الثانية استراتيجيات الاعتذار بنسبة ٢٦%، وترى الباحثة أن إسرائيل لم تسع لتصحيح صورتها بقدر ما حاولت تضليل الرأي العام العربي والدولي عبر تقديم رواية مغايرة للواقع بدلاً من تقديم الحقائق. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (أمينة بكري صبرة ٢٠٢٤م)⁽⁹⁹⁾، حيث احتلت استراتيجيات تخفيف شناعة الحدث في المرتبة الأولى بنسبة ٤٨.٦%، كأحد الاستراتيجيات التي فضلتها إسرائيل للتواصل مع الجمهور العربي أثناء طوفان الأقصى عبر الصفحة الرسمية لـ"أفيخاي أدري"، يليها استراتيجيات الإنكار بنسبة ٢٣%.

وفيما يلي النتائج التفصيلية حول كيفية توظيف الدبلوماسية الإسرائيلية لتكنيكات كل استراتيجية من هذه الاستراتيجيات على حدة:

لاحظت الباحثة خلال فترة الدراسة تنوع التكنيكات المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية التي يديرها الجيش الإسرائيلي خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م من أجل تحسين صورة إسرائيل الذهنية عبر صفحاتها على الفيس بوك، حيث اعتمدت الصفحة بشكل رئيسي على استراتيجية التقليل من عدائية الحدث معتمدة في ذلك على توظيف عدد من التكنيكات، جاء في مقدمتها: تكنيك التعزيز والتدعيم بنسبة ٣٧.٨٢%، كأحد التكنيكات الأكثر استخدامًا لتبويض صورة إسرائيل أثناء الحرب من خلال نشر محتوى ترويجي مستندًا إلى معلومات مضللة وغير واقعية، ومجموعة من الاستمالات العاطفية والعقلية، وأنواع مختلفة من الوسائط والمواد الإعلامية للتأثير على الرأي العام، كالتركيز على الجوانب الإيجابية لصورة إسرائيل من خلال تسليط الضوء على المساعدات الإنسانية التي تقدمها إسرائيل لسكان غزة، والتركيز على الجانب الأخلاقي للجيش الإسرائيلي، كالادعاء بتحذير المدنيين قبل القصف، وإبراز المواقف الإسرائيلية الإنسانية، كالحديث عن فتح معابر لإدخال المساعدات، والترويج لخطاب "إسرائيل تريد السلام"، مقابل تصوير المقاومة على أنهم رافضون لأية حلول سلمية، وقد نشرت الصفحة منشورات متعددة تدعم هذا التكنيك، على سبيل المثال منشور يوم ٢١/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي يصور جنديّة إسرائيلية تعني بامرأة فلسطينية مصابة، بهدف إظهار الجيش الإسرائيلي على أنه الجيش الأكثر أخلاقًا وإنسانية مقارنة بالجيش الأخرى، مع اقتباس شعري مؤثر "إنما الأمم ما بقيت، إن هم ذهب أخلاقهم ذهبوا"، لإضفاء بعد أخلاقي وديني على الرسالة، وترى الباحثة أن المحتوى لا يعكس الصورة الكاملة للأحداث، بل يختار مشهدًا محددًا بعناية ليتم تسويقه للجمهور العربي، بينما يتم تجاهل مشاهد القصف والتدمير التي يقوم بها نفس الجيش، ومنشور آخر يوم ١/ سبتمبر ٢٠٢٤م، الذي يقدم جيش الاحتلال بمظهر المتعاون مع المنظمات الدولية، وتصويره كجهة تسهل دخول اللقاحات والمعدات، في حين أنها المتسبب في تدمير المستشفيات والبنية الصحية، ومنشور ٤/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يدعي إنقاذ طفلة لاجئة من الكامبيرون، وتقديم إسرائيل كدولة رحيمة وإنسانية تخدم البشرية بغض النظر عن العرق أو الجنسية، وإبراز الأطباء الإسرائيليين كملائكة رحمة بدلًا من أن ينظر إليهم كأطباء يخدمون جيشًا يقتل الفلسطينيين، كما حاولت الصفحة ترويج صورة إسرائيل كدولة ديمقراطية ومجتمع مترابط رغم اختلاف الديانات والقوميات، محاولة تبرئة نفسها من تهم العنصرية والتمييز، كما هو الحال في منشور ٢٢/ أغسطس ٢٠٢٤م، الذي يصور سيدتين تجلسان بجوار بعضهما، إحداها ترتدي الحجاب والأخرى بشعرها، حيث يمكن للنساء ارتداء ما يشأن دون قيود، بهدف تصوير نفسها بأنها دولة منفتحة وتحترم حرية الأفراد في اللباس والتنقل. وأيضًا منشور ٩/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يصور النساء اليهوديات والمسلمات كأخوات يجتمعن من أجل مستقبل مشترك، مما يخلق شعورًا بالتآخي والقبول بين الطرفين، مع إبراز الحوار والتعايش كقيم إيجابية لإثارة مشاعر الأمل والتفاؤل، محاولًا إخفاء واقع التمييز والعنصرية،

ويكتفي بإظهار صورة مثالية للتعايش، يضاف إلى ذلك ترويج الصفحة لفكرة أن الجيش الإسرائيلي جيش متعدد الثقافات ومبني على المساواة بين جميع أفرادها، بما في ذلك العرب والمسلمين، كما هو الحال في منشور يوم ٢٨/ أغسطس ٢٠٢٤م الذي يحكي عن جندي عربي مسلم يخدم في رتبة ضابط بلواء "غولاني"، بهدف تحسين صورة الجيش أمام الجمهور العربي، وإضفاء طابع التعددية والتسامح عليه، مع ترويج المنشور للفخر والانتماء باستخدام عبارات "هو فخور بنفسه ونحن فخورون به" لتخفيف مشاعر الاندماج، مع استخدامه للغة التعميم والتأكيد "الكل سواسية كأسنان المشط"، والتي تعطي انطباعاً بأن جيش الاحتلال لا يمارس أي تمييز، وهو أمر يخالف الواقع. إضافة إلى الاعتزاز والافتخار بقوة إرادة جنود جيش الاحتلال، وإيمانه بحتمية انتصار الجيش الإسرائيلي، كما هو الحال في منشور ٢٧/ أغسطس ٢٠٢٤م، الذي تظهر فيه الصفحة دعمها لجنودها الأبطال، إذ جاء فيه على لسان وزير الخارجية "إسرائيل كاتس": "أشكر جنودنا الأبطال الذين يخاطرون بحياتهم كل يوم من أجل إعادة إخواننا وأخواتنا - سواء الأحياء أو الذين قضوا- إلى أرضنا". وانطلاقاً مما سبق؛ يمكن القول بأنه أثناء الحرب عادة ما تحاول الدول المتورطة في صراعات مسلحة الترويج لإنجازاتها في مجالات الطب والتكنولوجيا، لصرف الانتباه عن الأحداث السياسية والعسكرية.

يليه في المرتبة الثانية: تكتيك الهجوم بنسبة ٢٠.٦٤%، فهو أحد التكتيكات الرئيسية التي وظفتها الدبلوماسية الإسرائيلية ببراعة لتبرير عملياتها العسكرية، بل ولتلميع صورة إسرائيل الدولية، فهو تكتيك يقوم على قلب الأدوار وتحويل الأنظار عن الجرائم والانتهاكات عبر مهاجمة الطرف الثاني وإلقاء اللوم عليه، ولتحقيق هذه الغاية وجهت رسائلها إلى الجمهور بأسلوب محكم للتأثير على آرائه ومواقفه بشكل يخدم أهداف السياسة الخارجية الإسرائيلية، عن طريق شيطنة المقاومة وتصويرها كمصدر رئيسي للعنف والمعاناة والصراع، وتحميلها مسؤولية جميع الانتهاكات، وإلقاء اللوم عليها في توريط المدنيين عمداً، بل وحتى التشكيك في روايتها للأحداث، ووصفها بأنها حملة إعلامية مضللة، ومن أمثلة ذلك منشور بتاريخ ١١/ يوليو ٢٠٢٤م تم استغلاله من قبل الصفحة لتقديم "حماس" كجهة تضلل الجماهير، من خلال تزييف الحقائق وربطها بالدعاية المبالغ فيها بدلاً من الحقائق، لإظهار إسرائيل وكأنها الطرف الذي يكشف الحقيقة ويضع المقاومة في موقع الطرف الملقف للأحداث. وأيضاً منشور بتاريخ ١٤/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يقارن بين "حماس" و"داعش" معززاً فكرة أن "حماس" ليست حركة مقاومة، بل تنظيم إرهابي عالمي مشابه لداعش، مع الإيحاء بأن إسرائيل تخطط للقضاء على "حماس" بنفس الطريقة التي تم القضاء بها على داعش، مُستخدماً إياه كتبرير للعمليات العسكرية الإسرائيلية في غزة. وكذلك فيديو نُشر يوم ٢٢/ يوليو/ ٢٠٢٤م، لتغيير السردية العامة للصراع من كونه احتلالاً إسرائيلياً إلى حرب داخلية بين الفلسطينيين أنفسهم عن طريق تصوير "حماس" كجهة مستغلة وظالمة لشعبها، مُستخدماً ألفاظاً تحريضية مثل "حرامي" و"لصوص" و"ينهبون"، مع التركيز على أن عمليات النهب موثقة مما يحاول إعطاء مصداقية للمزاعم، حتى ولو كانت مزيفة أو مجتزأة من سياقها الحقيقي، في محاولة من الصفحة

لتبرير الهجمات العسكرية والقصف والعدوان على القطاع، بحجة القضاء على "حماس" وإنقاذ الغزيين. ومنشور ٢٨/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يهاجم حزب الله بشكل مباشر من خلال تصويره كجهة خادعة ودموية وغير أخلاقية، باستخدام عبارات مثل "أيادي ملطخة بالدماء البريئة"، و"المجزرة المروعة" من أجل تشويه سمعة الحزب وتقديمه كعدو لا يراعي القيم الإنسانية، وفي المقابل تعزيز صورة إسرائيل كداعٍ للأمن والأمان.

وفي هذا السياق اعتمدت الصفحة على شيطنة "إيران" وحلفائها وتصويرها بطريقة ساخرة كطرف يلعب دوراً سلبياً ويؤجج الصراعات في المنطقة، بغرض خلق حالة من التشكيك أو النفور لدى الجمهور العربي تجاه "إيران" ودورها الإقليمي، مستعينة بالعديد من الرسوم الكاريكاتورية الساخرة على سبيل المثال منشور بتاريخ ١٢/ مايو ٢٠٢٤م، يستخدم كاريكاتير يسخر من "إيران" ويصورها ككيان غير مرغوب فيه يُطرد من لبنان، محولاً العداء العربي بعيداً عن إسرائيل، وجعله موجهاً نحو إيران، مما يخدم الأجندة الإسرائيلية طويلة المدى. ومنشور آخر بتاريخ ٢٨/ يوليو ٢٠٢٤م، يصور "إيران" كثعبان سام يهدد البشرية، مما يعزز فكرة القضاء عليه، مستخدماً رموزاً مختلفة كالصليب والهلال ونجمة داود، مما يظهر أن "إيران" تستهدف جميع الأديان في محاولة لكسب دعم مختلف الجماعات الدينية ضد إيران، ومنشور بتاريخ ١٨/ أغسطس ٢٠٢٤م، الذي يصور الأمين العام لحزب الله بأسلوب ساخر ويظهره كمنشغل بالانتقام ورسم الخطط العدائية مع رموز للأسلحة الإيرانية حوله، مستهدفاً استغلال التوترات الداخلية في لبنان ومعاناة اللبنانيين لتحريض الشعب ضد حزب الله، وتحويل الانتباه عن العمليات العسكرية في غزة بإبراز خطر حزب الله، مما يبرر أي تحركات إسرائيلية في لبنان.

وترى الباحثة أن التركيز على مهاجمة "حماس" وفصائل المقاومة الأخرى ليس اعتباطياً؛ فهو يسهم في تقليل حدة الانتقادات الموجهة لإسرائيل، وإبعاد اللوم عنها، والصاقه بحركات المقاومة، وتصوير إسرائيل على أنها ليست عدوة للشعب الفلسطيني، بل حامية له من إرهاب المقاومة، مُحاولاً خلق صورة إيجابية مضللة عن دورها، وذلك بهدف حشد الرأي العام لصالحها، وخلق صورة سلبية مشوهة عن حركات المقاومة وحجب قوتها ودورها الوطني تجاه القضية الفلسطينية. بينما احتل تكنيك المقارنة والتمايز المرتبة الثالثة بنسبة ٣.٩٩%، كأداة رئيسية ضمن جهود تبييض الصورة الذهنية لإسرائيل والتقليل من وقع الحرب وأثارها الإنسانية الكارثية، حيث اعتمدت الصفحة على المقارنات والتمايز بين جيش الاحتلال وحركات المقاومة، وبين ما تدعيه من معايير أخلاقية إسرائيلية مقابل ما تصفه بوحشية الطرف الآخر، بهدف محاولة خلق فجوة إدراكية لدى الجمهور، بحيث تبدو إسرائيل أقل عنفاً وأكثر التزاماً بالقوانين الدولية، بينما يظهر الطرف الفلسطيني في صورة المعتدي أو المستهتر بحياة المدنيين. ومن أمثلة استخدام الصفحة لهذا التكنيك منشور ٢٧/ مايو ٢٠٢٤م، الذي تحدث عن سياسة إسرائيل الدفاعية من خلال توجيه رسالة بأن إسرائيل تحمي مواطنيها باستخدام التكنولوجيا الدفاعية مقابل اتهام "حماس" باستخدام سكان غزة كدروع بشرية لحماية نفسها ومعداتها العسكرية، مما يشكل اتهاماً أخلاقياً

وسياسيًا لـ"حماس"، حيث صور المنشور الجزء العلوي في الصورة بأسرة محمية بقبة دفاعية ترمز إلى القبة الحديدية لإسرائيل لحماية المواطنين من الهجمات، ويظهر جندي بعيد عن الأسرة وكأنه يحمي الأسرة من المخاطر الخارجية، مما يعزز صورة أن إسرائيل تهدف فقط إلى الدفاع، بينما يبرز الجزء السفلي مقاتلاً يخفي وراءه العتاد العسكري وسكناً، بما يوحي بأن المقاتلين في غزة يعرضون المدنيين للخطر عمدًا لحماية أسلحتهم. وأيضًا فيديو نُشر يوم ٩/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي يصور "إيران" على أنها الخطر الأكبر الذي يهدد استقرار العالم بوصفه بأنه "تجاوز خط أحمر"، بينما تُقدم إسرائيل كطرف ملتزم بالدفاع عن شعبه ويجب أن يحظى بدعم عالمي، مُحاولاً تمهيد الرأي العام لأي تصعيد عسكري محتملاً من إسرائيل ضد إيران، من خلال التأكيد على أن إسرائيل ستدافع عن شعبها بكل ما أوتيت من قوة. وفيديو آخر نُشر يوم ٢٦/ يوليو/ ٢٠٢٤م، الذي ركز على إظهار إسرائيل كجهة إنسانية تسهل دخول المساعدات للمدنيين، وفي المقابل شيطنة "حماس" ووصفها بالإرهابيين والإشارة إلى أن القذيفة لم تصب الأطفال بأذى، لكنها كانت موجهة ضد قافلة مساعدات، مما يوحي بأن "حماس" تستهدف المدنيين وتعرقل الإغاثة، وفيديو آخر نشر بتاريخ ٢٨/ أغسطس ٢٠٢٤م، يربط بين التصريحات الحالية والتاريخ من خلال إبراز تصريحات للرئيس السادات ومقارنتها بنظام الخميني، بهدف تعزيز فكرة أن السادات كان يمتلك بصيرة تاريخية ورؤية استراتيجية، بينما يسعى النظام الإيراني كما يُزعم إلى زرع البغض والكراهية لتحقيق مصالح توسعية، مُحاولاً تعزيز التقارب بين إسرائيل وبعض الدول العربية في مواجهة التهديدات الإيرانية المحتملة.

بينما احتل تكنيك التسامي المرتبة الرابعة بنسبة ٣.٢٠%، وهو أحد التكنيكات القوية التي استخدمتها الصفحة لإعادة تشكيل التصورات حول الحرب في غزة، من خلال رفع الأحداث عن سياقها الواقعي القاسي وتحويلها إلى رموز ومعاني، وتقديمها بطريقة تجعل الفعل السلبي يبدو وكأنه جزء من قضية أسمى أو هدف نبيل، وذلك لتبرير الممارسات العنيفة وغير الأخلاقية وربطها بمفاهيم عليا مثل السلام، الأمن، الحقوق، القيم الإنسانية، مما يجعل الجمهور يرى الحدث من زاوية مغايرة تقلل من قسوته أو تأثيره العاطفي، وقد ذكرت الصفحة عدة منشورات استخدمت هذا التكنيك، على سبيل المثال منشور يوم ٢٩/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يظهر مشهداً إنسانياً يجمع بين رجل دين مسيحي وآخر يهودي وهما يقفان معاً للصلاة من أجل أرواح الضحايا الذين قتلوا في "مجدل شمس"، وهي قرية درزية في الجولان السوري المحتل، هذا المشهد حاول التركيز على الجانب الإنساني بدلاً من التركيز على العنف أو معاداة حزب الله بشكل صريح، من أجل تحسين صورة إسرائيل كدولة تتبنى القيم الإنسانية وتروج للتعايش السلمي بين الأديان حتى في وسط الصراع، ومنشور آخر بتاريخ ٢٧/ سبتمبر ٢٠٢٤م، الذي يضع إسرائيل في موقع أخلاقي متفوق مقارنة بحزب الله الذي يستخدم المدنيين كدروع بشرية، في حين تسعى إسرائيل وفقاً للمنشور بالتحذير المسبق للسكان لتجنب الخطر، عبر تقديم خرائط وصور واضحة، مما يعطي انطباعاً بأن إسرائيل تتبع معايير أخلاقية تعتقر إليها الأطراف الأخرى.

وترى الباحثة أن هذا التكنيك يهدف إلى تغيير الصورة النمطية لإسرائيل كقوة محتلة تمارس عنفاً مفرطاً ضد الفلسطينيين، عن طريق إعادة صياغة الأحداث لتلائم الرواية الإسرائيلية، وتلميع جرائم الحرب تحت ستار المبررات الأخلاقية والسياسية، ولكن الحقيقة أن هذا التكنيك لا يمكنه طمس الحقيقة بالكامل، فالصور الحقيقية القادمة من غزة بكل قسوتها وواقعيتها تظهر حجم المعاناة والدمار بشكل لا يمكن إنكاره، وهو ما يفضح محاولات التجميل والتهوين، ويجعل هذه الروايات المزعومة من قبل إسرائيل مكشوفة للجماهير الواعية التي تستطيع قراءة الأحداث من منظور نقدي حقيقي.

وبالنسبة لتوظيف الصفحة لتكنيك التقليل والتهوين فقد جاء في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١.٤٦%، وذلك في إطار إضعاف وقع الأحداث الصادمة وتقديمها بلغة تخفف من حدتها، أو إعادة صياغتها بطريقة تبدو أقل خطورة مما عليه في الواقع، عن طريق استخدام مصطلحات مموهة، والتشكيك في حجم الدمار، وتحويل الانتباه إلى قضايا جانبية، من أجل التقليل من حجم الإدانات الدولية والغضب الشعبي العربي والعالمى تجاه الجرائم التي ارتكبتها إسرائيل، خصوصاً مع تزايد عدد الضحايا المدنيين وانتشار صور الدمار على نطاق واسع، وقد وردت منشورات عديدة استخدمت هذا التكنيك، منها منشور يوم ٩/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يسلط الضوء على المجاعة في السودان، وهي بالفعل أزمة إنسانية خطيرة، ولكنه يستخدمها كأداة لتشتيت الانتباه عن الوضع في غزة، في محاولة لتقليل التركيز على الدمار والمجازر في غزة، متهمًا الأمم المتحدة والمنظمات الإنسانية بالنفاق وازدواجية المعايير، وتقديم إسرائيل كضحية للإعلام المنحاز، حيث وصف الاهتمام العالمى بغزة بأنه نفاق، وكأن إسرائيل تتعرض لحملة إعلامية غير عادلة، مستهدفاً خلق انطباع بأنها ليست الدولة الوحيدة المتهمه بانتهاكات، وأن العالم يركز عليها بينما يتجاهل أزمات أخرى، مما يخفف الضغط الإعلامى والدولى عنها. وأيضاً فيديو نشرته صفحة الدراسة يوم ١١/ يونيو ٢٠٢٤م، الذي يربط بين تهجير اليهود من الدول العربية وإقامة دولة إسرائيل مما يبرر وجودها كملجأ لليهود الذين كانوا مضطهدين في المنطقة، بهدف تحسين صورة إسرائيل أمام الجمهور العربى باستخدام قصص تاريخية وتشتيت الانتباه عن قضايا مهمة، عبر تسليط الضوء على قضايا أخرى مثل تهجير اليهود، وإظهار الدول العربية بأنها لم تكن عادلة ومتسامحة مع الأقليات، مما يبرز إسرائيل كدولة أكثر تسامحاً واحتضاناً للأقليات. ومنشور آخر بتاريخ ٣١/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي يسعى إلى أحداث شرح داخل المجتمعات العربية والإسلامية من خلال استغلال الخلافات الطائفية في العالم العربى، خصوصاً بين السنة والشيعة عبر الحديث عن المليشيات الصفوية وانتهاكاتها ضد النساء السُنّيات، مُحاولة أن تتقل النقاش بعيداً عن عدوانها في غزة إلى نقاش أوسع حول الطائفية والإرهاب في العالم العربى، وإظهار إسرائيل وكأنها طرف محايد يدافع عن الضحايا من مختلف الطوائف.

أما عن توظيف الصفحة لاستراتيجية الإنكار، فقد احتل تكنيك تحويل اللوم الترتيب الأول بنسبة ١٧.٣١%، يليه في الترتيب الثانى تكنيك الإنكار البسيط بنسبة ٠.٨%، وخلال حرب غزة

٢٠٢٤م، لجأت الدبلوماسية الإسرائيلية بشكل مكثف إلى هذا التكنيك، في محاولة لإلقاء اللوم على المقاومة وبأنها لا تهاجم عناصر الجيش الإسرائيلي، بل تهاجم وتقتل الأبرياء من المدنيين وتصويرها كطرف غير مسئول يستخدم السكان كدروع بشرية، وخلق انقسام داخلي في الرأي العام الفلسطيني والعربي بهدف زعزعة الدعم الشعبي للمقاومة وتصويرها كجهة مسؤولة عن تدهور الأوضاع، وتقليل الانتقادات الحقوقية الدولية عبر تقديم نفسها كدولة تحاول تفادي وقوع الضحايا، بينما الطرف الآخر هو الذي يجر الفلسطينيون إلى المعاناة، وقد اعتمدت الصفحة على هذا التكنيك للإشارة إلى أن حزب الله سعى إلى تدمير لبنان مستعينة بالاستشهاد بالشخصيات المشهورة كالشيخ اللبناني في منشور ٢٥/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي يقول "دع الجيش اللبناني يتولى المسؤولية الكاملة على الحدود، وإلا ستتحمل المسؤولية الكاملة عن كل ما سيفعله الجيش الإسرائيلي في لبنان، وستكون مسئولاً عن خراب لبنان وكل الدماء التي ستسفك"، وأيضاً الخبير الاستراتيجي في شئون الشرق الأوسط "أمجد طه" في منشور ١٩/ مايو ٢٠٢٤م، إذ يقول: "من يشن الحرب عليه أن يدفع الثمن، إذا أردتم إنهاء الحرب عليكم أن تفرجوا عن المختطفين وتستسلموا". ومنشور آخر يوم ١٣/ مايو ٢٠٢٤م، الذي يصور حركة "حماس" كتنظيم إرهابي متوحش مستخدماً صوراً تظهر جدراناً ملطخة بالدماء وأماكن تحمل آثار عنف واضح، وأيضاً ألفاظاً قوية مثل "الإرهاب الحقيق"، "اغتصاب وقتل الأطفال"، "تقطيع الأجساد وحرقتها" بهدف إثارة الاشمئزاز والكراهية تجاه "حماس"، وإلقاء المسؤولية الكاملة عليها دون أي إشارة إلى السياق السياسي والعسكري للحرب، أو ممارسات الجيش الإسرائيلي. وكذلك منشور يوم ٣٠/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي نشر صورة سيارة مدمرة وموقع الانفجار، وزعم أنه هجوم حزب الله على مدنيين إسرائيليين دون ذكر أي سياق للصراع أو الاستنزافات الإسرائيلية التي سبقتها، مستخدماً المنشور مصطلح "يغتال رجلاً" بدلاً من "يقتل" مما يعطي انطباعاً بأن حزب الله يقوم بتصفية مدنيين أبرياء لإثبات أن إسرائيل تعاني من الهجمات دون الاعتراف بالأضرار التي تسببت بها لمواقع مدنية في غزة ولبنان، مثال آخر فيديو نُشر بتاريخ ٢٥/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي ينكر وجود أزمة إنسانية في غزة، مستخدماً تعبير "المزاعم الفلسطينية" والادعاء بأنه لا توجد مجاعة في غزة والمساعدات تتدفق، متجاهلة التقارير الدولية التي تتحدث عن المجاعة المتفاقمة بسبب الحصار والعدوان العسكري، ما يشكل تضليلاً إعلامياً يهدف إلى تحسين صورة إسرائيل عالمياً.

وبالنسبة لاستراتيجية التهرب من المسؤولية فقد تفننت الصفحة في قلب الحقائق معتمدة بشكل رئيسي على تكنيك التبرير بنسبة ٤.٥٣%، وهو أحد تكنيكات استراتيجية التهرب من المسؤولية، ويعني تقديم أسباب منطقية، أو على الأقل ما يراد إظهاره منطقياً أو أخلاقياً لأفعال عسكرية، بغية تصويرها كأفعال ضرورية أو مبررة بدلاً من اعتبارها عدوانية أو غير شرعية، حيث بررت الصفحة جميع اعتداءات جيش الاحتلال من قتل للأطفال والنساء إلى تشريد الأهالي وهدم المنازل بأنها ردود فعل على مقاومة مزعومة، أو أنها ضرورية لأسباب أمنية، أو لحماية سيادة الدولة من وجهة نظرهم. مثال ذلك منشور بتاريخ ٢٨/ سبتمبر ٢٠٢٤م، ينقل تصريحاً لرئيس الأركان الإسرائيلي يقول فيه: "نصر الله كان يريد إبادة

إسرائيل، فقمنا بتصفيته" لتبرير عملية اغتيال نصر الله عبر الادعاء بأنه يشكل تهديدًا وجوديًا لإسرائيل، وليس هذا فحسب، بل تلجأ الصفحة أيضًا إلى التضليل الإعلامي لتبرير تقليص أو تأخير وصول المساعدات الإنسانية إلى غزة، مُلقية باللوم على حركة "حماس" في سرقة المساعدات، في نفس الوقت، ترعم تسهيل دخول المساعدات، مُتجاهلة الحصار المشدد والإجراءات المعقدة التي تفرضها على المعابر، كما تبرز الصفحة عملياتها العسكرية بحجة استعادة المختطفين محولة الحرب إلى قضية إنسانية، مما يضفي عليها طابع الضحية، ويظهر المقاومة كخصم يستهدف الأبرياء. مثال ذلك منشور بتاريخ ٢٧/ أغسطس ٢٠٢٤م، الذي يعلن عن إنقاذ مواطن مختطف مسلم، مضخمًا هذا الحدث لتعزيز صورة جيش الاحتلال كقوة حامية، أيضًا بررت الصفحة سياسة الاغتيالات الإسرائيلية غير الأخلاقية بوضعها في إطار الدفاع عن النفس ومحاربة الإرهاب الذي تمثله هذه الشخصيات ضدها. مثال ذلك منشور ٢٠/ سبتمبر ٢٠٢٤م، الذي يبرر عمليات الاغتيال الإسرائيلية ضد قادة حزب الله، وإظهارها كإجراءات ضرورية لحماية الأمن الإقليمي والدولي، وتعزيز شرعية الهجمات الإسرائيلية في لبنان، عبر استعراض سجل "إبراهيم عقيل" وربط اسمه بعمليات إرهابية، مما يجعل تصفيته تبدو وكأنها ضربة استباقية مشروعة.

أما عن تكتيك النوايا الحسنة فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة ٤.٣٩%، من خلال إظهار النيات الحسنة والتأكيد على الجانب الإنساني، عبر نشر رسائل إيجابية تنبذ العنف وتدعو للسلام، واستخدام مصطلحات وكلمات مليئة بالاحترام والمودة، وتظهر تقدير الإنسانية والعدالة، مثل "السلام"، "التعاون"، "الأمان"، في محاولة لتحسين صورتها وتقليل الانتقادات وبناء جسور تواصل مع الجمهور العربي والدولي بأسلوب يروج للنوايا الحسنة والاحترام المتبادل، وقد وظفت الصفحة هذا التكتيك في منشورات عديدة، على سبيل المثال منشور بتاريخ ٢٢/ أغسطس ٢٠٢٤م، يدعي إنقاذ أطفال من دول عربية وإسلامية، بما في ذلك دول لا تقيم علاقات دبلوماسية مع إسرائيل، بهدف تقديم إسرائيل كدولة تهتم بالإنسانية وتتجاوز الخلافات السياسية لإنقاذ أرواح الأطفال، وفي نفس الوقت تشتيت الانتباه عن الحرب في غزة بالتركيز على هذا النوع من المبادرات الإنسانية من أجل تقليل الضغط الدولي وإظهار وجهها الإيجابي أمام العالم. وأيضًا فيديو نُشر بتاريخ ٢٣ / أكتوبر ٢٠٢٤م، يشير إلى أن الجيش الإسرائيلي يحاول التخفيف من معاناة الغزيين ويدخل المعونات والأودية، بهدف تقديم صورة إيجابية عن إسرائيل كدولة إنسانية تحترم القانون الإنساني الدولي، مما يساعد في تحسين صورتها عالميًا رغم الانتقادات المتزايدة. وفيديو آخر نُشر ١٥/ أكتوبر ٢٠٢٤م، والذي يظهر صورة غزة في لحظة سلام مع إشارة إلى الماضي قبل الطوفان، وتلميح إلى إمكانية استعادة الحياة والهدوء، هناك نبذة حنين إلى السلام، والتساؤل "من يرجع الحياة لغزة؟" للتلميح بأن المقاومة هي المسؤولة عن تدهور الوضع الحالي لغزة، في حين أن إسرائيل تقدم نفسها كطرف يدعو إلى استعادة الحياة.

وفي المرتبة الثالثة اعتمدت الصفحة على تكتيك الضعف بنسبة ٣.٣٣%، من أجل تشويه صورة فصائل المقاومة واستهدافهم للمدنيين في إسرائيل، ومُحاولة خلق تعاطف مع إسرائيل بحيث تظهر في موقف ضعيف ومضطهد، مما قد يؤدي إلى تجنب الانتقادات الحادة، وتحقيق نوع من التأييد أو التخفيف من الضغط الدولي عبر تقديم نفسها كدولة تسعى فقط لحماية مواطنيها، على سبيل المثال منشور بتاريخ ٢٨/ أغسطس ٢٠٢٤م، والذي يعرض إسرائيل كضحية لـ"حماس" ويظهرها بأنها عاجزة حتى الآن عن تحرير المختطفين، مما يعزز من فكرة المعاناة من خلال التركيز على جانب إنساني، وهو اختطاف "نعاما ليفي"، وما يمر به قلبها الوفي وعائلتها، لجذب التعاطف المحلي والدولي، وتحسين صورتها كطرف يعاني من الإرهاب بدلاً من أن يُنظر إليها فقط كدولة تمارس القوة العسكرية في غزة، ومنشور آخر بتاريخ ٩/ يوليو ٢٠٢٤م، يظهر إسرائيل كضحية وطرف ضعيف بحاجة إلى الحماية، ويعطي انطباعاً بأنها ليست في موقف هجومي، بل تواجه خطراً يستهدف مواطنيها الأبرياء، وذلك لكسب التعاطف معها وإبراز موقفها كدولة مسالمة ومستهدفة من قبل المقاومة، مما يحسن من صورتها الذهنية، ويبرر أي إجراءات تتخذها في إطار الدفاع عن النفس، كما حاولت الصفحة استمالة الجمهور العربي والدولي من خلال إبراز قصص إنسانية مؤلمة، واستغلال الحس الديني لإضفاء شرعية دينية على الرسالة، مما يجعلها أكثر تأثيراً عليهم، كما هو الحال في منشور يوم ١١/ يوليو ٢٠٢٤م، الذي أبرز قصة فتاة قتلت على يد "حماس"، ويصف الحدث بأنه "جريمة نكراء" ويستخدم عبارات مثل "أعوان الشيطان"، و"حسابكم عند الله عسير"، و"الله يمهل ولا يهمل"، مما يضيف بعداً روحياً على الصراع، ويصور إسرائيل كطرف ضعيف يلجأ إلى العدالة السماوية.

وأخيراً وظفت الصفحة تكتيك الحادثة بنسبة ٠.٤٠%، بهدف التأثير على الرأي العام، وإعادة توجيه الانتباه لدعم الرواية الإسرائيلية، مستخدمة الصورة والأدلة الظاهرة في الحادثة لجعل الرواية تبدو وكأنها واقعية، مما يؤدي إلى تضخيم التأثير النفسي، على سبيل المثال منشور بتاريخ ١٠/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي يركز على حادثة استهداف سيارة يدعي أنها تستخدم من قبل أعضاء "حماس" في تنفيذ نشاط إرهابي ضد إسرائيل، مع التضخيم، واستخدام كلمات تعبر عن العدالة الإلهية لتحفيز التبرير الأخلاقي للرد الإسرائيلي، وإضفاء شرعية على العمليات العسكرية التي تنفذها إسرائيل في غزة، ومنشور آخر بتاريخ ٩/ أكتوبر ٢٠٢٤م، الذي صور الهجوم على أنه رشقة كبيرة وفتاكة، مما يبرر أي رد عسكري قوي تقوم به إسرائيل، حيث تم تصوير الحادثة على أنها جزء من تصعيد أكبر بدأه حزب الله.

الخاتمة ومناقشة النتائج:

استهدفت الدراسة الكشف عن آليات توظيف الدبلوماسية في تحسين صورة إسرائيل الذهنية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م، بهدف الوقوف على أساليب الإقناع الدبلوماسي، ومعرفة أهم الاستراتيجيات والتكتيكات المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية، وكيفية توظيفها في سياق الحرب على غزة، وقد

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية "إصلاح الصورة الذهنية"، وتمثل مجتمع الدراسة في الحساب الرسمي لوزارة الخارجية الإسرائيلية والمعبر عن الدبلوماسية الإسرائيلية بالتطبيق على صفحة "إسرائيل تتكلم العربية"، بالاستعانة بتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات لمدة سبعة أشهر في الفترة الزمنية من ١/ أبريل ٢٠٢٤م وحتى ٣١/ أكتوبر/ ٢٠٢٤م، حيث تم عمل حصر شامل لجميع المنشورات خلال تلك الفترة، والتي بلغ عددها (٧٥١) منشورًا، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج على النحو التالي:

- تصدر مضمون (إرهاب ووحشية حماس) مقدمة الموضوعات التي نالت اهتمامًا كبيرًا من الصفحة محل الدراسة، بهدف تشويه سمعتهم وإقناع الجمهور العربي برفض سياساتهم وانتقاداته لمواقفهم، لضمان تحقيق التأثير المطلوب، وهو ما اتفق مع دراسة (Said Abu Mualla 2017)، التي أثبتت إسناد الصفات السلبية بصفة مستمرة لحركة "حماس" عند الحديث عنها، يليها في المرتبة الثانية موضوع (إنسانية إسرائيل وسعيها للسلام)، وذلك من خلال التأكيد الدائم على أن إسرائيل وجنودها تتمنى السلام مع الجميع.
- جاء (الخبر) في صدارة القوالب التحريرية المستخدمة من قبل الصفحة؛ لأنه من أكثر القوالب سهولة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد أبو الروب، وآخرين ٢٠٢٤م) حيث احتلت النصوص الإخبارية المرتبة الأعلى من المنشورات بنسبة ٣٤.٢%، وفي المرتبة الثانية جاءت (التقارير)، حيث تدعم التقارير المواقف والرواية الإسرائيلية من خلال نشر تقارير مضللة، وبيانات تبدو مدعومة بالأدلة، مع إظهار الطرف الآخر بأنه المسئول عن الضرر.
- اعتماد الدبلوماسية الإسرائيلية على مصادرها (الداخلية) لبناء خطابها الإعلامي لكي تستطيع إقناع الرأي العام وتوجيهه نحو وجهة نظر محددة، ويرجع السبب في ذلك إلى ضمان انسجام رسالتها مع السياسة العامة للحكومة الإسرائيلي، مما يتيح لها التحكم الكامل في سرد الأحداث وتجنب أية معلومات قد تعارض مصالحها، أو تقديم رواية مغايرة، في حين جاء في المرتبة الثالثة (المصادر التابعة لمواقع إعلامية وإخبارية إسرائيلية) من أجل تعزيز مكانة الإعلام الإسرائيلي بين الجمهور العربي، ومنح الصحف والمواقع الإسرائيلية المزيد من النفوذ في العالم العربي.
- جاء هدف (تشويه صور المقاومة بكافة وسائلها) في مقدمة أهداف الدبلوماسية الإسرائيلية، وذلك من خلال التضليل الإعلامي ونشر الأكاذيب، واستخدام مصطلحات منحازة مثل وصف المقاومة ب(الإرهابية) أو (المتطرفة)، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (مصطفى شكري ٢٠٢٠م)، حيث احتل هدف تشويه صورة الآخر المرتبة الرابعة بنسبة ١٣%.
- تصدرت (الأدلة والشواهد) قائمة الأساليب الإقناعية المستخدمة من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية، حيث تمثل الأداة الأساسية لإسرائيل في بناء سردية تدعم موقفها خلال الحرب على غزة عن طريق عرض مقاطع فيديو، صور، إحصاءات، بهدف التأثير على الرأي العام من خلال تقديم رواية مزعومة تبدو

- أنها مدعومة بالحقائق، رغم أنها غالبًا ما تكون مجتزأة أو منحازة لتخدم أجندتها السياسية، يليها في المرتبة الثانية اعتماد الصفحة على (أسلوب وجهة نظر واحدة)، حيث يتم تقديم الأحداث من منظور معين دون إفساح المجال لوجهات نظر أخرى، ألا وهو الجانب الإسرائيلي فقط، وترى الباحثة أن عرض جانب واحد فقط يأتي منسجمًا مع التوجهات الفكرية والسياسية والعسكرية للصفحة، خاصة أن الصفحة جاءت كلسان عربي ناطق يخدم دولة الاحتلال لتلميع وتجميل صورتها أمام العالم.
- احتلت الاستمالات (المختلطة) الترتيب الأول، وذلك بهدف التلاعب بالرأي العربي والفلسطيني، وإضعاف الدعم الشعبي للمقاومة، وفي نفس الوقت تحسين صورة إسرائيل في الأوساط العربية والعالمية، يليها في الترتيب الثاني الاستمالات (المنطقية)، لإقناع الجمهور برواية إسرائيل عن الأحداث، وذلك عبر تقديم حجج تبدو عقلانية لكنها غالبًا ما تكون مضللة أو مجتزأة، وأخيرًا الاستمالات العاطفية، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (حنان موسى عبد العال ٢٠٢٣م)، حيث احتلت الاستمالات (العاطفية) المرتبة الأولى بنسبة ٣٩%.
 - جاء أسلوب (مخاطبة المشاعر والعواطف) في صدارة الاستمالات العاطفية المستخدمة، يليها في المرتبة الثانية استمالة (الانتقاص والإساءة)، في إطار تشويه صورة المقاومة في أعين الجمهور المحلي والدولي، عن طريق التقليل من قيمتها وشرعيتها وتحقيرها، وتصويرها بصورة سلبية.
 - ومن جانب آخر اعتمدت الصفحة على الأقوال والتصريحات كأحد الاستمالات المنطقية، حيث استندت إلى تصريحات رسمية من قبل المسؤولين الإسرائيليين، إلى جانب أقوال لشخصيات وقادة رأي معروفة بمواقف مؤيدة لإسرائيل، وتشير الباحثة إلى أن الكثير من هذه التصريحات - سواء من الحكومة الإسرائيلية أو قادة الجيش - كانت تحمل في طياتها مغالطات ومبالغات مقصودة لتعزيز الرواية الإسرائيلية، وإضفاء الشرعية على أفعالها.
 - اعتماد صفحة الدبلوماسية الإسرائيلية على استخدام (اللغة العربية)، لأنها تستهدف مخاطبة الشعوب العربية بطريقة مباشرة وإيصال رسائلها إليهم دون وسيط إعلامي قد يكون منحازًا ضدها، يليها في المرتبة الثانية (الدمج بين اللغة العربية والإنجليزية).
 - اعتمدت أغلبية المنشورات خلال فترة الدراسة على (النص المكتوب والصور معًا)، للتأثير على جميع الفئات والتلاعب بوعيها من خلال وسائل متعددة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أحمد عبده محمد ٢٠٢٢م)، حيث اعتمدت صفحة "إسرائيل تتكلم العربية" على (النص المكتوب المصاحب للصورة) بنسبة ٥٨.٩%.
 - أكدت الدراسة أن غالبية الفيديوهات كانت عبارة عن (تقارير مصورة)، حيث اعتمدت الصفحة على التوثيق البصري السريع والمكثف لإيصال رسائلها بفاعلية، كما كانت أغلب الفيديوهات باللغة العربية، حيث إنها اللغة الأم لملايين الأشخاص في الدول العربية.

- حازت (الصور الشخصية) على المرتبة الأولى من بين الصور التي استخدمتها الدبلوماسية الإسرائيلية خلال الحرب على غزة، وترى الباحثة أن اختيار الصور ليس مجرد اختيار بصري، بل جزء من استراتيجية مدروسة تهدف إلى التلاعب بالعواطف، وإثارة المشاعر من خلال نشر صور منتقاه بعناية تحوي مضامين معينة يتم تعزيزها من خلال نص موجز يتضمن معلومات أو أفكار بهدف إحداث تأثير عاطفي، وتعزيز الرواية الإسرائيلية وترسيخها في ذهن المتابع.
- جاء (إحالة الصفحة لمواقع إسرائيلية) في مقدمة الروابط المستخدمة خلال فترة الدراسة، مما يعزز مصداقية منشوراتها من خلال تضمين روابط تقود إلى مصادر موثوقة من وجهة نظرها، مما يساعد في دعم المعلومات والبيانات التي تنشرها إسرائيل ويعزز من حججها الإعلامية.
- كانت الاستراتيجية الأكثر استخدامًا من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية خلال فترة الدراسة هي استراتيجية (التقليل من عدائية الحدث)، مما يشير إلى أن إسرائيل تعتمد بشكل أساسي على التخفيف من وقع جرائمها وتصوير عملياتها العسكرية على أنها دفاعية ومحدودة الأثر عبر التلاعب بالألفاظ والمفاهيم واستخدام لغة تخفيفية، يليها في المرتبة الثانية استراتيجية (الإنكار)، حيث أنكرت إسرائيل مسؤوليتها عن الأحداث والمجازر الكبيرة، وحتى عن انتهاكات حقوق الإنسان رفضت الاعتراف بعدد الضحايا الحقيقيين مكتفية بالإشارة إلى "قتلة حماس"، متجاهلة المدنيين تمامًا، بل وصل الأمر إلى حد التشكيك في مصداقية الفيديوهات والصور القادمة من غزة ووصفها بأنها مفبركة أو مأخوذة من أحداث سابقة، ثم في المرتبة الثالثة استراتيجية (التهرب من المسؤولية) في إطار إلقاء اللوم الكامل على حركات المقاومة، مصورة إياها على أنها المسؤولة الوحيدة عن الحرب ومعاناة المدنيين، يليها في المرتبة الرابعة (الجمع بين أكثر من استراتيجية)، وهو نوع من التضليل المركب، مما يوفر مخرجًا لإسرائيل في حال تم كشف كذب إحدى الروايات، فيمكنها التحول إلى استراتيجية أخرى دون فقدان السيطرة على خطابها، وفي المرتبة الخامسة استراتيجية (الإجراءات التصحيحية)، وكان استخدامها ضعيفًا، مما يشير إلى عدم جدية إسرائيل في تحسين أوضاع الفلسطينيين، واقتصر الأمر على الإعلان المزعوم عن فتح ممرات إنسانية، مع استمرار القصف في أماكن قريبة، والحديث عن التحقيقات في بعض الحوادث كانت شكلية دون أية نتائج حقيقية وتنفيذ فعلي أو مساءلة للمسؤولين، وفي المرتبة الأخيرة جاءت استراتيجية (الاعتذار)، حيث إن إسرائيل نادرًا ما تعترف بأخطائها، والبيانات التي تصدر عنها دائمًا ما تبرر تصرفاتها بدلًا من الاعتراف بها.
- جاء تكتيك (التعزيز والتدعيم) كأحد تكتيكات استراتيجية التقليل من عدائية الحدث في مقدمة التكتيكات والأكثر استخدامًا من قبل الدبلوماسية الإسرائيلية، لتبييض صورة إسرائيل أثناء الحرب من خلال نشر محتوى ترويجي مستندًا إلى معلومات مضللة وغير واقعية، يليه في المرتبة الثانية تكتيك (الهجوم)، فهو تكتيك يقوم على قلب الأدوار وتحويل الأنظار عن الجرائم والانتهاكات عبر مهاجمة الطرف الثاني وإلقاء اللوم عليه، بينما احتل تكتيك (المقارنة والتمايز) المرتبة الثالثة، ضمن جهود تبييض

الصورة الذهنية لإسرائيل والتقليل من وقع الحرب وآثارها الإنسانية الكارثية، يليه في المرتبة الرابعة تكنيك (التسامي)، وهو أحد التكنيكات القوية التي استخدمتها الصفحة لإعادة تشكيل التصورات حول الحرب في غزة، من خلال رفع الأحداث عن سياقها الواقعي القاسي وتحويلها إلى رموز ومعاني وتقديمها بطريقة تجعل الفعل السلبي يبدو وكأنه جزء من قضية أسمى أو هدف نبيل، ثم تكنيك (التقليل والتهوين) في المرتبة الخامسة، وذلك في إطار إضعاف وقع الأحداث الصادمة وتقديمها بلغة تخفف من حدتها، أو إعادة صياغتها بطريقة تبدو أقل خطورة مما عليه في الواقع.

- تفننت الصفحة في قلب الحقائق معتمدة بشكل رئيسي على تكنيك (التبرير)، كأحد تكنيكات استراتيجية (التهرب من المسؤولية)، ويعني تقديم أسباب منطقية، أو على الأقل ما يراد إظهاره منطقياً أو أخلاقياً لأفعال عسكرية، بغية تصويرها كأفعال مبررة بدلاً من اعتبارها عدوانية أو غير شرعية، بينما احتل تكنيك (النوايا الحسنة) المرتبة الثانية، من خلال إظهار النيات الحسنة والتأكيد على الجانب الإنساني، عبر نشر رسائل إيجابية تنبذ العنف وتدعو للسلام، واستخدام مصطلحات وكلمات مليئة بالاحترام والمودة، وتظهر تقدير الإنسانية والعدالة، مثل "السلام"، "التعاون"، "الأمان"، في محاولة لتحسين صورتها وتقليل الانتقادات وبناء جسور تواصل مع الجمهور العربي والدولي، يليه تكنيك (الضعف) في المرتبة الثالثة، من أجل تشويه صورة فصائل المقاومة واستهدافهم للمدنيين في إسرائيل، في محاولة لخلق تعاطف مع إسرائيل، بحيث تظهر في موقف ضعيف ومضطهد، وفي المرتبة الأخيرة وظفت الصفحة تكنيك (الحادثة) بهدف التأثير على الرأي العام، وإعادة توجيه الانتباه لدعم الرواية الإسرائيلية، مستخدماً الصورة والأدلة الظاهرة في الحادثة لجعل الرواية تبدو وكأنها واقعية، مما يؤدي إلى تضخيم التأثير النفسي.

توصيات الدراسة وما تنبئ به من بحوث مستقبلية:

- العمل على مقاطعة الإعلام الإسرائيلي وصفحاته الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي كإجراء استباقي للحد من تأثير الخطاب الإسرائيلي الموجه، مع توعية الجماهير بمخاطر التفاعل مع هذه المنشورات، حتى في حال الردود السلبية أو المعارضة، نظراً لدورها في تعزيز انتشار الخطاب الإسرائيلي وزيادة وصوله إلى شريحة كبيرة من الجمهور.
- تبني استراتيجية إعلامية شاملة ذات طابع عالمي تهدف إلى التصدي للخطاب الإسرائيلي القائم على التضليل والمغالطات الفكرية، مع التركيز على ترسيخ الرواية الفلسطينية التي تؤكد الحق المشروع في إقامة دولة فلسطينية ذات سيادة كاملة على أراضيها المحتلة.
- إعداد محتوى إعلامي احترافي يستند إلى الحقائق الموثقة، ويسلط الضوء على الجرائم الإسرائيلية ومخططاتها الرامية إلى تفتيت منطقة الشرق الأوسط وزعزعة استقرارها، مع التركيز على تقديم رواية متماسكة تخدم القضايا الوطنية والإقليمية.

- ضرورة تحليل وفحص الأفكار والمضامين الضمنية المنشورة على الصفحات الإسرائيلية على موقع فيسبوك، والتي تهدف إلى التأثير على العقل اللاواعي للجمهور، من خلال استراتيجيات نفسية وإعلامية تهدف إلى إعادة تشكيل المواقف والمفاهيم.
- تعريف الشعوب العربية بالأساليب التي تستخدمها الدبلوماسية الإسرائيلية في توظيف الأفكار والمفاهيم والتراكيب اللغوية والصياغات النصية من أجل تحريف الحقائق والتلاعب بتصورات الرأي العام العربي، مما يؤثر في مواقفهم تجاه إسرائيل.
- العمل على إجراء دراسات حول سيميولوجية الرسوم الكاريكاتيرية في مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة إلى الشعوب العربية.

هوامش البحث:

- ١- هاجر محمد. (٢٠٢٣م). الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية واتجاهات التطبيع مع الدول العربية، مركز السلام للدراسات الاستراتيجية، البرامج البحثية، أغسطس، ص ١-١٤.
- ٢- إيهاب أحمد. (٢٠٢٤م). الأطر الخبرية لتغطية المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الأجنبية للصراع العربي الإسرائيلي: دراسة تحليلية مقارنة، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر، العدد ٧٠، الجزء ٢، أبريل، ص ٨٣٤-٨٦٤.
- ٣- عز الدين خالد. (٢٠٢٤م). تحليل الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر الفيسبوك، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٧١، الجزء ٣، يوليو، ص ٢٠٦٨-٢١١٠.
- ٤- محمد أبو الروب وآخرون. (٢٠٢٤م). كيفية توظيف الإعلام الرقمي في خدمة الدبلوماسية العامة الإسرائيلية تجاه الشعوب العربية "إسرائيل تتكلم العربية" و"إسرائيل في الخليج"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٦، الجزء ٢، يناير- مارس، ص ٢١١-٢٤٢.
- ٥- معين فتحي وآخرون. (٢٠٢٣م). مدى توظيف الصفحات الرسمية الإسرائيلية على الفيسبوك لتقنيات الدعاية خلال الحرب الرابعة على قطاع غزة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ٢٥، ص ٨٧-١١٩.
- ٦- السيد محمد. (٢٠٢٢م). آليات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتصوير العلاقات الإسرائيلية العربية بعد موجة العلاقات الدبلوماسية الإسرائيلية الأخيرة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد ٢٣، يناير- يونيو، ص ١٧٣-٢١٠.
- ٧- أحمد عبده. (٢٠٢٢م). الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية عبر فيسبوك أثناء أزمة الشيخ جراح وحرب غزة: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٦١، الجزء ٣، أبريل، ص ١٥٧٧-١٦٢٨.
- ٨- هبة محمد. (٢٠٢١م). خطاب الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية عبر تويتر في مواجهة خطاب التلاعب السياسي، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٩، الجزء ٣، أكتوبر، ص ١٣٧٢-١٤٤٢.
- 9-Pavon –Guinea, Andrea. (2021). Conflict, power, and difference in dialogue: a conversation between public diplomacy and positioning theory. Place Branding and Public Diplomacy, vol, 20, No, 3, p 44-45.
- ١٠- مصطفى شكري. (٢٠٢٠م). صورة الأنا والآخر في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية الفيس بوك نموذجًا: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٥، الجزء ٢، أكتوبر، ص ٨٠٨-٩١٢.
- 11- Amit Lavie-Dinur, Moran Yarchi. (2019). Online news coverage of female perpetrators during the October 2015 wave of violence of the Israeli–Palestinian conflict." Media, War & Conflict, Vol, 14, No, 1, June, p, 75-92.
- ١٢- يسرا صبيح وآخرون. (٢٠١٨م). الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي- صفحة "أفيخاي أدرعي" أنموذجًا، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة، والإعلان، العدد ١٦، أكتوبر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص ٥٨٨-٥٢١.
- ١٣- وليد خلف الله. (٢٠١٧م). الدبلوماسية الرقمية في المواقع الإلكترونية الرسمية لوزارتي الخارجية المصرية والأمريكية ودورها في تقديم صورة الدولة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ١١، ص ٥٥-١٠٤.

- ١٤- هدى فضل. (٢٠١٧م). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، فلسطين، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب.
- 15- Said Abu Mualla. (2017). Palestinian-Israeli Cyber Conflict, An Analytical Study of the Israeli Propaganda on Facebook Adraei's page as an example, **Journal of the Arab American University**. Vol, 3, No,2, p52-75.
- ١٦- آلاء فوزي. (٢٠١٥م). الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الإسرائيلية عبر الإنترنت: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- ١٧- يسرا حسني. (٢٠١٤م). الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد ٩٤، ص ٣١٧-٣٥٣.
- 18-Ilan Manor, Rhys Crilley. (2018). Visually Framing The Gaza War Of 2014, The Israel Ministry Of Foreign Affairs On Twitter, **Media, War & Conflict**, Vol. 11, No.4, Pp 369-391.
- ١٩- عبد الله عبد الرحيم. (٢٠٢٤م). المحاجة البلاغية في الخطابين العربي والدولي إزاء حرب غزة ٢٠٢٣: دراسة تحليلية للاستراتيجيات الخطابية في موقعي اليوم السابع وواشنطن بوست، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد ١٥، يناير- يونيو، ص ٩٥-١٢٥.
- ٢٠- أمينة بكرى. (٢٠٢٤م). استراتيجيات إسرائيل لإصلاح صورتها عند العرب أثناء عملية طوفان الأقصى عبر موقع فيسبوك، تحليل مضمون صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، المجلد ٥٣، العدد ٥٥، ص ٢٠١-٢٢٦.
- ٢١- أمل محمد. (٢٠٢٤م). بناء الصورة الذهنية لحركات المقاومة الفلسطينية في خطاب الصحافة الإلكترونية الغربية- دراسة حالة على موقع BCC News، مجلة البحوث الإعلامية، عدد ٦٩، الجزء ٣، يناير، ص ١٢٠٠-١١٥١.
- ٢٢- حنان موسى. (٢٠٢٣م). الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة السمعة وإصلاح صورة المنشآت عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات- شركة هاينز مصر نموذجًا، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط، العدد ٨٨، أكتوبر، ص ١١٦٣-١٢١٠.
- ٢٣- حنان موسى. (٢٠٢٢م). استراتيجيات تحسين صورة المؤسسات الحكومية بموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أثناء الأزمات، دراسة حالة لصورة هيئة السكك الحديدية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ٢٠، ص ١٠-٦٨.
- 24- Nasaai Masngut, Emma Mohamad. (2021). Association Between Public Opinion and Malaysian Government Communication Strategies About the COVID-19 Crisis: Content Analysis of Image Repair Strategies in social media, **Journal of Medical Internet Research**, Vol, 23, No, 8, Aug, p,1-49.
- ٢٥- عراك غانم. (٢٠٢٠م). استراتيجيات إصلاح صورة الحكومة لدى إدارة العلاقات العامة في الأزمات: دراسة تحليلية لخطابات أزمة كورونا في العراق، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد ٥٨، سبتمبر، ص ١٩٧-٢٠٨.
- ٢٦- حنان موسى. (٢٠٢٠م). الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الشائعات على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ١٣، ص ٢٩٦-٣٤٨.
- ٢٧- آلاء بنت بكر. (٢٠٢٠م). دور تويتر أثناء الأزمات وتأثيره في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة- أزمة حريق القطار أنموذجًا، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٣، الجزء ٢، يناير، ص ٩٦٤-١٠٣٢.
- ٢٨- أماني ألبرت (٢٠١٦م). استراتيجيات إصلاح صورة مصر الذهنية ما بعد ٣٠ يونيو: دراسة تحليلية لتفريعات وزارة الخارجية المصرية والمتحدث الرسمي للوزارة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة، العدد ١٦، إبريل، ص ٤٣-٩٥.
- 29- Bo Breuklander. (2015). Responding to a Rumor, How Crisis Response Strategies Influence Relationship outcome, degree of Master of Arts , University of south Florida, Department of Mass Communication, College of Arts and Sciences, March 26, pp1-49.
- ٣٠- يسرا حسني. (٢٠١٣م). استراتيجيات إصلاح الصورة الذهنية لمؤسسة الرئاسة المصرية أثناء الأزمات: دراسة تحليلية، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط، كلية الآداب، العدد، ٤٨، يناير، ص ٣٩-٨٩.
- ٣١- يسرا حسني. (٢٠١٥م). العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، القاهرة، أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، ط ١، ص ١٤٥.
- 32- Robert E. Denton, Rachel L, Holloway. (2003). **Image Scandalm, and Communication Strategies of the Clinton Presidency**, U.S.A, Greenwood publishing, p,221.
- 33-Joseph R, Blaney, William Benoit, LeAnn M, Brazeal. (2002). Blowout! Firestone s image restration compagn. **public relations review**, Vol, 28, N, 4, October, p379-392.
- 34- William Benoit. (2004). Image Restoration Discourse and crisis Image Restoration Discourse and crisis communication. In D.P Millar & R.L Heath (Eds.) Responding to crisis, A Rhetorical Approach to crisis communication, P: 268.

- ٣٥- يسرا حسني. (٢٠١٥م). العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، مرجع سابق، ص ١٤٨.
- 36- William Benoit. (1995). **Accounts, excuses, and apologies, A Theory of image restoration strategies** (Albany: state university of New York Press, P, 16.
- 37- William Benoit. (1995). **Accounts, excuses, and apologies, A Theory of image restoration strategies, op, cit.** p, 76.
- ٣٨- تم الرجوع في هذه الجزئية إلى المراجع التالية:
- يسرا حسني. (٢٠١٥م). العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، مرجع سابق، ص ١٤٨-١٥٠.
- Zhang, Ernest. And William Benoit. (2005). Former Minister Zhangs Discourse on SARS, Governments Image, Restoration or Desturution?, **Papers Presented at the annual meeting of the International Communication Association**, New York City, Sheraton New York , P,12.
- 39- William Benoit, Dawn M, Nill. (1998). Acritical analysis of Judge, Clarence Thomas statement before the senate Judiciary Committee, Communication Studies, **ProQuest Education Journals**, vol, 49, N,3, p. 179: 183.
- 40- William Benoit. (1997). Hugh Grant 's image restoration discourse, An actor apologizes, **Communication Quarterly**, Vol, 45, No,3, P.254.
- 41- Maria E, Len- Rios, William Benoit, (2004). Gary Condit 's image repair strategies: Determined, denial, and differentiation, **Public Relations Review**, Vol,30,No,1, P, 95-106.
- ٤٢- تم الرجوع في هذه الجزئية إلى المراجع التالية:
-William Benoit. (1995). Accounts, excuses, and apologies, A Theory of image restoration strategies, **op, cit.**, p, 76.
- يسرا حسني. (٢٠١٥). العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، مرجع سابق، ص ١٥٠.
- ٤٣- عائشة بوعشبية وآخرون. (٢٠١٩). الدبلوماسية الرقمية وبناء الصورة الذهنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي- دراسة لبعض التجارب العالمية، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٣، العدد ٢، ديسمبر، ص ٢١-٤٣.
- ٤٤- محمود يوسف. (٢٠٠٤). مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة، الدار العربية للطباعة والنشر، ص ١٢.
- ٤٥- خلف حماد. (٢٠٢٠). وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط ١، ص ٤٨.
- ٤٦- قامت الباحثة بتحكيم الاستمارة من السادة الأساتذة المحكمين الآتية أسماؤهم:
- أ.د/ رزق سعد عبد المعطي: أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام، جامعة مصر الدولية.
- أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري: أستاذ الإعلام بكلية البنات، جامعة عين شمس.
- أ.د/ منى محمود عبد الجليل: أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر.
- أ.م. د/ مصطفى النمر: الأستاذ المساعد بقسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق.
- د/ مروة عيد: مدرس العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر.
- د/ علاء خليفة: مدرس العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر.
٤٧- شاركت د/ نداء محمود صابر المدرس بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر الباحثة في قياس الثبات.
- 48- Available on:
- https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%B4%D8%B9%D8%A7%D8%B_%D8%A5%D8%B3%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D9%84, at thursday,24/10/2024,at 11:5am
- 49- Available on:
https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%B9%D9%84%D9%85_%D8%A5%D8%B3%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D9%84, at Monday,21/10/2024,at 10:5pm.
- 50- Said Abu Mualla, op, cit, p52-75.
- ٥١- هاجر محمد. (٢٠٢٠م). الدبلوماسية الإسرائيلية واتجاهات التطبيع مع الدول العربية، مركز السلام للدراسات الاستراتيجية، ص ١-١٦.
- ٥٢- سالي أحمد. (٢٠١٠م). أساليب الدعاية السياسية في القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- ٥٣- السيد محمد. (٢٠٢٢م). آليات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتصوير العلاقات الإسرائيلية العربية بعد موجة العلاقات الدبلوماسية العربية الإسرائيلية الأخيرة، مرجع سابق، ص ١٧٣-٢١٠.

- 54- Samuel-Azran, Tal, Yarch, Moran Military Public Diplomacy 2.0. (2017). The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson, **The Hague Journal of Diplomacy**, vol,13, pp 1 – 22.
- 55- Abu Mualla, Said. (2017). Palestinian - Israeli Cyber Conflict: An Analytica Study of the Israeli Propaganda on Facebook Adraei's page as an example, **Journal of the Arab American University**, Vol, 3, No, 2, pp. 52 – 75.
- ٥٦- سما وجيه. (٢٠٢٠م). الصراع العربي الإسرائيلي في الخطاب السياسي للناطق الرسمي للجيش الإسرائيلي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، فلسطين، ص ٣٨.
- ٥٧- يسرا حسني. (٢٠١٤م). الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك، مرجع سابق، ص ٣١٧-٣٥٣.
- ٥٨- نيفين نسيم. (٢٠٢٣م). دلالات توظيف الكيان الإسرائيلي للعلاقات العامة الرقمية خلال حروبه على قطاع غزة، حربا ٢٠٢١-٢٠٢٢ دراسة حالة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ص ٩٢-٩٥.
- ٥٩- هاجر أمين. (٢٠٢٤م). سياسة الاغتيالات في الاستراتيجية الأمنية الإسرائيلية، المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية، الدراسات الفلسطينية والإسرائيلية.
- ٦٠- نيفين نسيم. (٢٠٢٣م). دلالات توظيف الكيان الإسرائيلي للعلاقات العامة الرقمية خلال حروبه على قطاع غزة (حربا ٢٠٢١-٢٠٢٢)، مرجع سابق، ص ٩٨.
- ٦١- محمد أبو الروب، وآخرون. (٢٠٢٤م). كيفية توظيف الإعلام الرقمي في خدمة الدبلوماسية العامة الإسرائيلية تجاه الشعوب العربية، مرجع سابق، ص ٢١١-٢٤٢.
- ٦٢- مريم عادل. (٢٠٢٤م). الأساليب والاستراتيجيات الإقناعية المستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد ٥٣، أكتوبر، ص ١٤٥-١٩٧.
- ٦٣- إيمان سيد. (٢٠٢١م). معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع إسرائيل، دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٨، الجزء ٣، يوليو، ص ١٥٢٠-١٥٦٦.
- ٦٤- أحمد علي وآخرون. (٢٠٢١م). التأطير الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيسبوك دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ١٤، العدد ٢، ص ١٣٩-١٥٠.
- ٦٥- محمد أبو الروب وآخرون. (٢٠٢٤م). كيفية توظيف الإعلام الرقمي في خدمة الدبلوماسية العامة الإسرائيلية تجاه الشعوب العربية، مرجع سابق، ص ٢١٢-٢٤٢.
- ٦٦- أحمد علي وآخرون. (٢٠٢١م). التأطير الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيسبوك دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي، مرجع سابق، ص ١٣٩-١٥٠.
- ٦٧- مصطفى شكري. (٢٠٢٠م). صورة الأنا والآخر في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية الفيس بوك نموذجًا، مرجع سابق، ص ٨٠٨-٩١٢.
- ٦٨- عز الدين خالد. (٢٠٢٤م). تحليل الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر الفيسبوك، مرجع سابق، ص ٢٠٦٨-٢١١٠.
- ٦٩- خالد حامد. (٢٠١٩م). الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة ٢٠٢٨ عبر موقع تويتر، دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد السابع، مايو، ص ٤٣-٦٢.
- ٧٠- هدى فضل. (٢٠١٧م). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص ٢٠٧.
- ٧١- مصطفى شكري. (٢٠٢٠م). صورة الأنا والآخر في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية- الفيس بوك نموذجًا، مرجع سابق، ص ٨٠٨-٩١٢.
- ٧٢- عز الدين خالد. (٢٠٢٤م). تحليل الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر الفيسبوك، مرجع سابق، ص ٢٠٩٥.
- ٧٣- مصطفى شكري. (٢٠٢٠م). صورة الأنا والآخر في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية- الفيس بوك نموذجًا، مرجع سابق، ص ٨٠٨-٩١٢.
- ٧٤- عز الدين خالد. (٢٠٢٤م). تحليل الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر الفيسبوك، مرجع سابق، ص ٢٠٦٨-٢١١٠.
- ٧٥- يسرا حسني. (٢٠١٤م). الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك، مرجع سابق، ص ٣١٧-٣٥٣.
- ٧٦- هدى فضل. (٢٠١٧م). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص ٢٣٥.

- ٧٧- هبة محمد. (٢٠٢١م). خطاب الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية عبر تويتر في مواجهة خطاب التلاعب، مرجع سابق، ص ١٣٧٢-١٤٤٢.
- ٧٨- مريم عادل. (٢٠٢٤م). الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة، مرجع سابق، ص ١٤٥-١٩٧.
- ٧٩- حنان موسى. (٢٠٢٣م). الأساليب الإقناعية المستخدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام ودورها في تسويق الخدمات الحكومية الإلكترونية الجديدة- دراسة حالة منصة مصر الرقمية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ٢٦، الجزء ١، يوليو، ديسمبر، ٢٠٢٣، ص ٤٢٧-٤٦٣.
- ٨٠- حنان موسى. (٢٠٢٣م). الأساليب الإقناعية المستخدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام ودورها في تسويق الخدمات الحكومية الإلكترونية الجديدة، مرجع سابق، ص ٤٢٧-٤٦٣.
- ٨١- محمد أبو الروب، وآخرون. (٢٠٢٤م). كيفية توظيف الإعلام الرقمي في خدمة الدبلوماسية العامة الإسرائيلية تجاه الشعوب العربية، مرجع سابق، ص ٢١١-٢٤٢.
- ٨٢- أمينة مزيان. (٢٠٢١م). الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة ويب، طب عبر شبكة الفيسبوك. رسالة دكتوراه، جامعة باتنة: كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، الجزائر.
- ٨٣- محمد أبو الروب، وآخرون. (٢٠٢٤م). كيفية توظيف الإعلام الرقمي في خدمة الدبلوماسية العامة الإسرائيلية تجاه الشعوب العربية، مرجع سابق، ص ٢١١-٢٤٢.
- ٨٤- حنان موسى. (٢٠٢٠م). الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الشائعات على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص ٢٩٥-٣٤٨.
- ٨٥- مريم عادل. (٢٠٢٤م). الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة، مرجع سابق، ص ١٤٥-١٩٧.
- ٨٦- مريم عادل. (٢٠٢٤م). نفس المرجع السابق، ص ١٤٥-١٩٧.
- ٨٧- هبة محمد. (٢٠٢١م). خطاب الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية عبر تويتر في مواجهة خطاب التلاعب السياسي، مرجع سابق، ص ١٣٧٢-١٤٤٢.
- ٨٨- محمد أبو الروب وآخرون. (٢٠٢٤م). كيفية توظيف الإعلام الرقمي في خدمة الدبلوماسية العامة الإسرائيلية تجاه الشعوب العربية- إسرائيل تتكلم العربية، إسرائيل في الخليج، مرجع سابق، ص ٢١١-٢٤٢.
- ٨٩- مريم عادل. (٢٠٢٤م). الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة، مرجع سابق، ص ١٤٥-١٩٧.
- ٩٠- يسرا حسني. (٢٠١٤م). الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص ٣١٧-٣٥٣.
- ٩١- السيد محمد. (٢٠٢٢م). آليات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتصوير العلاقات الإسرائيلية العربية بعد موجة العلاقات الدبلوماسية العربية الإسرائيلية الأخيرة، مرجع سابق، ص ١٧٣-٢١٠.
- ٩٢- أحمد عبده. (٢٠٢٢م). الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية عبر فيسبوك أثناء أزمة الشيخ جراح وحرب غزة، مرجع سابق، ص ١٦٢٨-١٥٧٧.
- ٩٣- أحمد علي وآخرون. (٢٠٢١م). التأطير الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيسبوك، دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي، مرجع سابق، ص ١٣٩-١٥٠.
- ٩٤- مصطفى شكري. (٢٠٢٠م). صورة الأنا والآخر في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية الفيس بوك نموذجًا، مرجع سابق، ص ٨٠٦-٩١٢.
- ٩٥- مصطفى شكري. (٢٠٢٠م). نفس المرجع السابق، ص ٨٠٦-٩١٢.
- ٩٦- هبة محمد. (٢٠٢١م). خطاب الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية عبر تويتر في مواجهة خطاب التلاعب السياسي، مرجع سابق، ص ١٣٧٢-١٤٤٢.
- ٩٧- ممدوح السيد. (٢٠٢٤م). سيميائية الصور الصحفية للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة ٢٠٢٤ في المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية، دراسة سيميولوجية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، المجلد ٥٣، العدد ٥، ص ١١-٥٤.
- ٩٨- عراك غانم. (٢٠٢٠م). استراتيجيات إصلاح صورة الحكومة لدى إدارة العلاقات العامة في الأزمات، دراسة تحليلية لخطابات أزمة كورونا في العراق، مرجع سابق، ص ١٩٧-٢٠٨.
- ٩٩- أمينة بكري. (٢٠٢٤م). استراتيجيات إسرائيل لإصلاح صورتها عند العرب أثناء عملية طوفان الأقصى عبر موقع الفيس بوك، تحليل مضمون صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي، مرجع سابق، ٢٠٢٤، ص ٢٠١-٢٢٦.

Mechanisms of Employing Israeli Diplomacy to Improve the Image during the War on Gaza 2024: Analytical Study of the Israel Speaks Arabic Page on Facebook (*)

Dr. Mona Ebrahim Abdelhafz Abdrasol
mmotaz151115@gmail.com

*Assistant Professor of Public Relations & Advertising,
Public Relations & Advertising Department,
Faculty of Mass Communication - Girls,
Al-Azhar University*

Abstract

The study aimed to reveal the mechanisms of employing diplomacy in improving Israel's image during the 2024 war on Gaza, with the aim of identifying the methods of diplomatic persuasion, and knowing the most important strategies and techniques used by Israeli diplomacy, and how to employ them in the context of the war on Gaza.

The study relied on the theory of image reform as its theoretical framework, and concluded several results, the most important of which are: "Hamas' terrorism" topped the topics that received great attention from the page under study by 18.10%, and Israeli diplomacy relied on its internal sources to build its media discourse, and concluded that the most used strategy during the study period was the strategy of reducing the hostility of the event by 67.38%.

The study also proved that the technique of "reinforcement and supporting" came at the forefront of the most used techniques by Israeli diplomacy by 37.82%, while the technique of "shifting blame" as one of the techniques of the denial strategy ranked first with 17.31%. The study confirmed that the page mastered the heart of the facts, relying mainly on the technique of "justification" by 4.53%, as one of the techniques of the strategy of evading responsibility

Keywords: Israeli Diplomacy, Israeli Ministry of Foreign Affairs, Israel's Image, Gaza 2024 War, Facebook Image Improvement, State Image Distortion, Image Reform Model, Israel Speaks Arabic.

(*)The Paper was received on February 07, 2025, and accepted for publication on March 25, 2025.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency - www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2024 = 1.75 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2024 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Founder & Chairman
Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Prof. Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Sana'a University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate Professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Mass Communication Faculty - Suez University
English Reviewer

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Associate Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Dr. Said Ghanem

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghby Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt
Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

IPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Media at the University of Baghdad and currently Head of the Digital Media Department at
Al-Noor University in Nineveh, Iraq

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication,
Yarmouk University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

Prof. Dr. Kholoud Abdullah Mohammed Miliani (KSA)

Professor, Faculty of Communication & Media, King Abdulaziz University, KSA.

Prof. Dr. Tariq Mohamed Al-Saidi (Egypt)

Professor, Faculty of Specific Education, Menofia University, Egypt.

Journal



of
P **R** **esearch**

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Thirteenth Year - Fifty-fifth Issue - January / March 2025

IF of the Supreme Council of Universities 2024 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2024 = 1.75

Abstracts of Arabic Researches:

- *Associate Prof. Dr. Dina Mohamed Mahmoud Assaf - Port Said University*
The Impact of the Educational Media Specialist's Usage of Augmented Reality Technology on the Visual Perception of the Media Message for People with Disabilities 7
- *Dr. Abeer Abdel Hamid Salem - MSA University*
The Impact of Media on Environmental Awareness and Environmental Behaviors of Egyptian Public: Field Study 8
- *Dr. Musaab Faieh Saleh Alharbi - King Abdulaziz University*
The Relationship between Special Events and Perception of the Dimensions of the Kingdom of Saudi Arabia Image in Light of Vision 2030: A Case Study of Riyadh Hosting the World Expo 9
- *Dr. Mona Ebrahim Abdelhafz Abdrasol - Al-Azhar University*
Mechanisms of Employing Israeli Diplomacy to Improve the Image during the War on Gaza 2024: Analytical Study of the Israel Speaks Arabic Page on Facebook 10
- *Dr. Samr Ibrahim Osman - Port Said University*
▪ *Dr. Maryam Youssef Mohamed Rakha - Port Said University*
Selective Criteria Affecting Podcast Listening and their Relationship to Strengthening Youth's Social Identity in the Digital Age: within the Framework of the Structural Functional Approach 11
- *Mohammed Abdulaziz Aldawood - King Saud University*
The Role of Artificial Intelligence Applications in Developing Work Methods in Public Relations Departments of Technical Institutions in KSA: A Survey Study 12


(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2025@APRA 

www.jpr. epra. org. eg