

الخطاب الدعائي الإسرائيلي بالعربية عبر منصات التواصل الاجتماعي: صفحة أفياي أدراعي والمنسق عبر فيس بوك نموذجاً

أ. كرملة خالد عبد الرحمن البداونه - جامعة الخليل

The Israeli Propaganda and Discourse in Arabic Language On Social Media Platforms: The Facebook Pages of Avichay Adraee and The Coordinator as A Case Study

Mrs. Karmel Khaled Abdul Rahman Al-Badawneh

الخطاب الدعائي الإسرائيلي بالعربية عبر منصات التواصل الاجتماعي: صفحة أفيخاي أدري والمنسق عبر فيس بوك نموذجاً

أ. كرمل خالد عبد الرحمن البداونه - جامعة الخليل - فلسطين

الملخص

تُبثُ الدعايةُ الإسرائيليةُ إلى جانب الخطاب الإسرائيليِّ، بالاستنادِ إلى أجندة خاصة، عملت على إعدادها منظماتٌ إسرائيلية، أهمها الهاسبارا ووزارة الدعاية الإسرائيلية؛ إذ تهدفُ من خلالها لإعادة تشكيل صورة إسرائيل، في أذهان المتلقي الفلسطيني والعربي. تتمحورُ هذه الصورة حول إبراز إسرائيل كدولة إنسانية ومُحبة للفلسطينيين وللعرب، بعيداً عن كونها مُحتملة. إضافة إلى تسليط الضوء على تضحية إسرائيل وبذلها المساعي والجهود من أجل السلام.

توصلتُ الدراسةُ إلى وجودِ سبعةِ مضامينٍ دعائية، ركزت عليها أدلةٌ إسرائيليةٌ توجيهية لرجال الإعلام الإسرائيليِّين، ولوحداتِ الإعلام الإسرائيليِّ، ومنها صفحات الناطقين باسم الجيش الإسرائيلي التي شملتها الدراسة (المنسق، أفيخاي أدري)، والتي تُنفذُ ما وردَ في تلك الأدلة بدقة عالية، من هذه المضامين: التركيزُ على الأداء العسكري للجيش الإسرائيلي والتفاخرُ بالقادة الإسرائيليين، وإظهار التعاطف الإنساني مع الفلسطينيين والعرب، وتحسين صورة إسرائيل وجيشها، والتفرقة بين حركة حماس وباقي أطراف الفلسطينيين، ووصفها بمعيقة عملية السلام، وربطها مباشرة بإيران، والحديث عن الشعب اليهودي والدعوة للتعايش بكل أشكاله إلى جانب الدعوة للتطبيع فلسطينياً وعربياً، وخلقُ علاقةٍ بين الحاجة للتعايش وازدهار الاقتصاد الفلسطيني والحاجة لوقف المقاومة والتحرير، ومراقبة المحتوى الرقمي ومراقبة الإعلام الفلسطيني والرد على روايته.

يُطرحُ الخطابُ الدعائي الإسرائيلي تلك المضامين، باستخدام اللغة العربية لضمان الوصول لأكبر شريحة من الجمهور الفلسطيني والعربي والمتحدثين بالعربية في الشرق الأوسط، الأمر الذي يساعدُ إسرائيل في إنجاح مشروع التطبيع وأهدافه مع العرب، في ظل تهميش الفلسطينيين وتمييع قضيتهم، والاستخفاف بما حصل لهم من جرائم وخسائر بشرية ومادية على الأرض. إضافة لذلك، يساعد استخدام العربية في ضبط العلاقة الأمنية الإسرائيلية-الفلسطينية، الإسرائيلية-العربية، والإسرائيلية شرق-أوسطية، إلى جانب ضبطها لشؤون اجتماعية واقتصادية ودولية أخرى تصبُ في مصلحتها.

كلمات مفتاحية: الدعاية-الخطاب- الإعلام الجديد – الهاسبارا- فيس بوك- المتحدث الإعلامي – الصراع الإسرائيلي الفلسطيني.

The Israeli Propaganda and Discourse in Arabic Language On Social Media Platforms: The Facebook Pages of Avichay Adraee and The Coordinator as A Case Study

Mrs. Karmel Khaled Abdul Rahman Al-Badawneh - University of Hebron - Palestine

Abstract

The image of Israel is created based on pre-determined agendas and meticulously crafted narratives caused by Hasbara and the Israeli Ministry of Propaganda. These organizations target Palestinian and Arab audiences to portray Israel as a 'humanitarian' and 'peace-loving' nation that is 'pro-Arab'; while masking the truth that Israel is an occupying power. Moreover, these organizations focus on the so-called sacrifices and efforts of Israel in pursuit of peace.

The study highlights seven contents of Israeli propaganda. From this, Israeli spokespersons, Israeli media units, Al-Munaseq's page, and Avichay Adraee underwent specialized training. These contents include: giving exaggerated attention to the operational role of the Israeli Army and boasting over its commanders. Exhibiting human empathy for Arabs and Palestinians. Reshape the image of Israel in the Arab and Palestinian psyche -mentality. Distinction between Hamas and other Palestinians groups and portray the latter as Iranian allies who are antagonistic towards peace. Discussing the Jews nation in which they invite the existence of Palestinians as neighbors. For urging for Arabs and Palestinians normalization, they advance the need for peaceful coexistence economically for the Palestinians and propose that resistance should be ceased. Developing and enforcing control, surveillance and censorship of Palestinian media and digital media content and narratives.

The prior contents are published in the Arabic language to ensure covering the majority of Arabic, Palestinians, and Middle easterners' speakers. This helps Israel achieve the normalizing projects' goals while Israel, in return, disregards the Palestinian cause and suffers. Moreover, using Arabic language serves the purpose of controlling the Palestinian-Israeli and Arab-Israeli security relations, as well as the Israeli-Middle Eastern relations. In addition to other social, economic, and international issues that are to Israel's agenda trade.

Key words: Propaganda – Discourse – New Media – Hasbara – Facebook – Media Spokesperson – Israeli-Palestinian Conflict.

مقدمة

يُترجمُ الخطابُ الدّعائي الإسرائيلي عبرَ منصّةِ فيس بوك، الحربَ النفسيةَ التي تسعى إسرائيل من خلالها إلى زعزعة تكاتف الفلسطينيين، وقمع إمكاناتهم في المقاومة ضد إسرائيل كمحتل، توظفُ الدعاية الإسرائيلية الأحداثَ السياسيّة، والمناسباتَ الوطنية والاجتماعية والدينية والثقافية، للحديث عن محاسن إسرائيل، وجهودها في خلق علاقاتٍ جيّدة مع جيرانها الفلسطينيين والعرب. وتُحاول تغييرَ الصورةِ الإجراميّة والسلبية عن إسرائيل كدولة احتلال، عبر تطهيرها بأطر الإنسانية والسلام، باستخدام أساليب الترهيب والترغيب والفكاهة. وذلك بهدف جعلها محوراً هاماً في الشرق الأوسط، الأمر الذي يُجددُ من مظاهر الصراع الإسرائيلي-الفلسطيني، والإسرائيلي-العربي، ليأخذ اتجاهاً لا يتضمنُ الصراعَ على الأرضِ فقط، بل يتعدى مسألة الجغرافيا ويمتد ليصل الجانبَ الفكري والثقافي والإدراكي، للفلسطينيين خصوصاً، وللعرب عموماً.

يُعبّرُ خطابُ إسرائيل الدّعائي بالعربية عبر الإعلام الجديد، عن ذكاء إسرائيل في مخاطبة الجمهور الفلسطيني والعربي بلغته وأسلوبه وعقليته الداخليّة، إذ لا يتركُ الخطابُ الدّعائي الإسرائيلي قولاً عربياً مأثوراً، أو مُصطلحاً مُجتمعيّاً ذا عمق، أو آيةً قرآنيةً أو حديثاً نبوياً، أو مثلاً شعبياً، أو لغةً عاميةً إلا وظفها فيما يخدم تصوّره الدّعائي السياسي والعسكري أولاً وأخيراً.

تُدرِكُ إسرائيل أن تكوينَ رأيٍ عام يضمنُ الوقوفَ إلى جانب إسرائيل وتصديقَ روايتها أمراً صعباً، ولذلك تُعترفُ بحاجتها للعملِ أكثر عبر منصات تبتُّ دعايتها باللغة العربية، بتوجيهات من هيئة الدبلوماسية الرقمية والهاسبارا-Hasbara؛ المناط بهما المهام المسؤولة عن تحسين صورة إسرائيل في العالم، ودحض كل التصورات السلبية عنها، والترويج لإسرائيل كدولة وحيدة في الشرق الأوسط قائمة على الديمقراطية والقيم الغربية.

مشكلة الدراسة:

تحاولُ إسرائيل استغلالَ الإعلام التفاعلي عبر منصّة فيس بوك لنشرِ خطابها الدّعائي، ومُخاطبة الفلسطينيين بترهيبهم أو ترغيبهم من أجل كي الوعي الفلسطيني فيما يخص الصراع الإسرائيلي-الفلسطيني؛ للحفاظ على تواجدِها العسكري في المنطقة. إلى جانب ضبط العلاقة الإسرائيلية-العربية، إذ لا تُبثُّ الدعاية الإسرائيلية دون مرجعية أمنية ذات مضامين وأجندة موجهة، تعمل عليها إسرائيل بالتعاون مع كوادرها وهيئاتها الرقمية العسكرية، الأمر الذي يزيد من الخطر على الوعي السياسي للمتلقي الفلسطيني والعربي والدولي.

أهداف الدراسة:

1. التعرف إلى مضامين الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية، وأهدافه وغاياته الموجهة للجمهور الفلسطيني عبر منصة فيس بوك. وإبراز مدى تحكّم الحسّ الأمنيّ الإسرائيليّ في المحتوى الإعلامي الدعائي، الذي يبعد كل البعد عن العبثية والعشوائية في طرح وتوجيه الدعاية.
2. تسليط الضوء على أسلوب إسرائيل الدعائي باستخدام اللغة العربية في مخاطبة الجمهور، الأمر الذي يُدلّ على السياسة اللزدواجية؛ في محاربة اللغة العربية على أرض الواقع من جهة، واستغلالها من جهة أخرى، عبر الدّعاء بأنها كافية ووافية إعلامياً ودعائياً لتحقيق الدعاية الإسرائيلية والتقارب البراغماتي بين إسرائيل والفلسطينيين وغيرهم من العرب.

أهمية الدراسة:

يتزامن العمل على هذه الأطروحة مع موجة غير مسبوقة من التطبيع بين دول عربية وإسرائيل، مع هجوم دعائي إسرائيلي استثنائي لترويض الجماهير العربية، ودفعها لقبول إسرائيل كحليف في الإقليم الجيوسياسي. من هنا، يهدف هذا البحث إلى رفع الوعي السياسي لدى المتلقي العربي بخطورة السياسات الإسرائيلية الإعلامية المندرجة تحت المظلة الأمنية بالدرجة الأولى. إلى جانب لفت النظر للجهود الإسرائيلية الهادفة لتغييب الرواية الفلسطينية، وفرض الرواية الإسرائيلية بكل ما فيها من زيف وتضليل. وعليه، فإن الدراسة تعد مرجعاً جيداً يسلط الضوء على مضامين الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر واحدة من أهم منصات الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي، في محاولة لكشف أساليب تسويق الرواية الإسرائيلية للمتلقي العربي.

فرضيات الدراسة:

1. لا تبتّ إسرائيل مضامينها الدعائية عشوائياً، بل تستند إلى توجيهات هيئة الأمن المعلوماتي و"الهاسبارا" المسؤولة عن تحسين صورة إسرائيل في العالم.
2. تحاول إسرائيل ارتداء الثوب العربي، والاختباء في ظل اللغة العربية لمخاطبة الجمهور الفلسطيني والعربي لنشر دعايتها المدروسة، الهادفة لاختراق الصورة الذهنية الصحيحة عن إسرائيل ومحاولة استبدالها بصور أخرى تربط إسرائيل بالنعيم والرفاهية والرحمة والسلام والتسامح.

عينة الدراسة:

تم اختيار عيناتٍ قصديّةٍ من صفحة المتحدّث باسم الجيش الإسرائيلي (أفيخاي أدري) و صفحة المسؤول عن أعمال التنسيق في الضفة الغربية وغزة (المنسق) عبر منصة "فيس بوك"، وأخذت تلك العينات والتي قوامها (63) عينة لفترات زمنية مختلفة تضمنت بشكل عام الأعوام الآتية (2013، 2014، 2015، 2016، 2017، 2018، 2019، 2020، 2021)، من خلال الملاحظة، تم إنشاء صفحة أفيخاي في العام 2011، و صفحة المنسق في العام 2015، ولم ترد أي عينات تتوافق مع مضامين الدليلين ما قبل عام 2013، وتوزعت عينة الدراسة على فترة زمنية تمتد ما بين عام 2013 حتى عام 2021، وهي المدة التي شهدت فيها الصفحتان محل الدراسة نشاطاً اتصالياً ودعائياً مكثفاً ومنظماً موجّهاً للجمهور العربي والفلسطيني عبر منصة "فيسبوك".

تم تحديد بداية الفترة الزمنية لعام 2013 بناءً على ملاحظات الباحثة أثناء عملية المسح الأولي للصفحتين، حيث تبين أن المنشورات السابقة لذلك العام، ولا سيما في صفحة أفيخاي أدري التي أنشئت عام 2011، كانت تتركز على بناء التواصل التمهيدي مع الجمهور العربي دون أن تتضمن مضامين دعائية واضحة أو متطابقة مع المفاهيم والمضامين الواردة في دليل الدعوة لإسرائيل ودليل إسرائيل للحرية والأمن والسلام، وهما المرجعان الدعائيان اللذان اعتمدت عليهما الدراسة في تصنيف وتحليل المحتوى.

أما اختيار الحد الأعلى للفترة الزمنية حتى عام 2021، فجاء بهدف تغطية مرحلة زمنية متصلة ومتراكمة تسمح بتتبع التحولات في الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر "فيسبوك"، خصوصاً مع تزايد استخدام المنصات الرقمية كأدوات رئيسة في إدارة الصورة الذهنية والتأثير السياسي والإعلامي تجاه الجمهور العربي.

وقد شملت العينة المنشورات المنشورة خلال هذه الأعوام التسعة (2013-2021) بواقع (63) منشوراً تم انتقاؤها قصداً وفق معايير موضوعية تتعلق بمضامين دعائية صريحة أو ضمنية تتسق مع الدليلين الإرشاديين المذكورين.

والعينة القصديّة - Purposive Sample هي نوع من أنواع العينات غير العشوائية وغير احتمالية، يتم اختيارها بناء على هدف الدراسة وطبيعتها، إذ يتم وضعها في فئات حتى يسهل للقارئ التعرف إليها (المحمودي، 2019).

منهجية الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى النهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف تفسير وتحليل الرسائل الاتصالية الواردة في صفحات محددة عبر منصة "فيسبوك" وفق معايير علمية منظمة.
أداة الدراسة:

تم اعتماد أداة تحليل المحتوى-المضمون، لعينات قصديّة منتقاة خلال فترات زمنية مختلفة منذ إنشاء الصفحتين التي تسلط الدراسة عليها الضوء إلى وقتنا الحاضر، يُعرّف المضمون على أنه " مكمّن الشيء ومركز اختفائه وهو الذي يكمن في الكلمة والفكرة والجملة التي ينقلها المحتوى، وفي تكراراتها يتأكد سلباً أو إيجاباً، والمضمون الذي يحمله النص كمحتوى هو ما يدور عليه الحديث أو الكلام أو ما يُعبّر عنه في الخطاب، فالمضمون يُدرك ويُستنبط ويُستقرأ حتى يُستدل عليه معرفة، أما المحتوى فيتمركز على التكرارات اللفظية للجملة أو الكلمة أو الفكرة أو الموضوع " (عقيل، 2014). وعليه، تحليل المضمون -المحتوى: هو تفحص ومعاينة عن إدراك ووعي وانتباه للتمييز بين الدقيق والأكثر دقة للمكامن الدلالية التي تتمحور عليها القيمة أو الفكرة أو النص أو الخطاب، وما يحمله من معانٍ للمفاهيم التي يتم عرضها قولاً أو كتابة (عقيل، 2014)، يُستخدم منهج تحليل المضمون في تحليل الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية المتواجدة في أي مجتمع في الماضي والحاضر والمستقبل، بما يؤدي إلى استنباط الاتجاهات الحقيقية المعبرة عن واقع معين، وهو أمر مفيد من أجل معرفة عوامل التغيير الاجتماعي واستجابة الأفراد لقرارات أصحاب الرأي (الذنيبات و بحوش، 2007).

لماذا منصة فيس بوك؟

- تبين نتائج دراسة أجراها المركز العربي للحرية الإعلامية والتنمية والبحوث أن نسبة التحريض ضد الفلسطينيين عبر فيس بوك هي ٣١% حيث تم رصد ٤0٢ حالة تحريض وعنصرية تجاه الفلسطينيين في الداخل والضفة الغربية وقطاع غزة ما بين يناير/كانون الثاني حتى يونيو/حزيران ٢٠٢٠ (إعلام، 2020).
- يشير المركز الفلسطيني للتنمية والحرية الإعلامية (مدى) أن عام ٢٠١٩ شهد دخول شركة فيس بوك في سباق الانتهاك للحرية الإعلامية الفلسطينية وذلك تطبيقاً لتفاهات تمت بين الحكومة الإسرائيلية وشركة فيس بوك عام ٢٠١٦، تحت عنوان محاربة التحريض، ويضيف التقرير أن فيس بوك يحصر تحركاته ومحاربه لمفهوم التحريض فيما يخص الفلسطينيين

مستثنياً ما تتضمنه الصفحات الإسرائيلية عبر فيس بوك من خطاب تحريضي- مباشر على العنف والكراهية للفلسطينيين (مدى، 2020).

- ذكرت فيسبوك أنها تلقت خلال عام 2018 ما مجموعه 1321 طلباً إسرائيلياً بخصوص إغلاق وحجب مواقع فلسطينية، وأنها "تعاملت" مع حوالي 72% منها، كما وتلقت في النصف الأول من عام 2019، ما مجموعه 709 طلبات إسرائيلية قالت إنها "تعاملت" مع 76% منها" (مدى، 2020).
- تمتلك صفحة المنسق وأفيخاي أدري عدداً كبيراً من المتابعين الأمر الذي يُسهل على إسرائيل بثّ خطابها الدعائي عبر تلك المنصات، وتضمن بذلك وصوله لعدد أكبر. من خلال الملاحظة، يتجاوز عدد متابعي صفحة المنسق عبر فيس بوك 600 ألف متابع بينما تضم صفحة أفيخاي أدري 1'0'089 متابعاً. حسب الإحصائيات فإن نسبة استخدام فيس بوك Facebook- في فلسطين بلغت الأعلى من بين وسائل وأدوات الإعلام الجديد بنسبة 71,01% في عام 2020 تأتي بعدها منصة يوتيوب-YouTube بنسبة 17,33%، ثم "تويتر Twitter"- بنسبة 4,08% في ذات العام (GlobalStats, 2021).

الدراسات السابقة

المبحث الأول: دراسات سابقة في مجال الدعاية:

تهدف الدعاية الإسرائيلية الإلكترونية إلى تشويه صورة الفلسطينيين، وإضعاف روايتهم أمام المجتمع الدولي، مقابل تجميل صورة إسرائيل عالمياً، توصلت دراسة "الدعاية الإسرائيلية الإلكترونية ضد انتفاضة الأقصى"- للباحث إبراهيم أبو عرقوب " إلى أن إسرائيل سعت عبر دعايتها الإلكترونية إلى استهداف الأجيال الشابة من مستخدمي الإنترنت والصحفيين وأصحاب القرار، في سبيل تشكيل رأي عام يساند القضية الإسرائيلية، وينمط صورة شريرة عن الفلسطينيين (عرقوب، 2006)، يتفق الباحثان جمال ماضي وياسين موسى مع الطرح السابق في دراستهما "الدعاية مفهوماً وتعريفياً وأسلوباً دراسة تحليلية عن الدعاية الإسرائيلية خلال حربها الأخيرة على غزة (2008-2009)"، التي أكدت أن الهدف الأساس للدعاية الصهيونية هو ربط يهود العالم ببعضهم بعضاً، وكسب تأييد الحكومات والأنظمة العالمية والعربية. ركزت الدراسة على الوسائل الدعائية التي تستخدمها إسرائيل خلال الحرب، والمتمثلة بتكثيف الإنتاج الدعائي المرئي كالفديوهات باستخدام منصة يوتيوب واستخدام منصة تويتر لتبرير عدوانها على الفلسطينيين وتحديد على قطاع غزة. تعتمد إسرائيل على مجموعة أساليب لتحقيق هدفها الدعائي، ومن ضمنها أسلوب التزوير

والتضليل والتكرار، وأسلوب حصر المسؤولية، وأسلوب إطلاق النعوت السلبية على الفلسطينيين (مضحى و موسى، 2009).

تتفق الدراستان السابقتان على أن إسرائيل جندت كوادِرَ خاصة لإدارة حربها الإعلامية الإلكترونية لتسويق دعايتها وروايتها، إذ تعتمد على وزارة الخارجية الإسرائيلية وعلى سفاراتها المنتشرة حول العالم وتحديداً قسم الإعلام، الذي يشملُ الناطقين باسم الحكومة بالعربية والعبرية. ولا تكتفِ إسرائيل بالاعتماد على وزارة الخارجية، بل تتعاون مع شركات عالمية ومراكز اليهود الدولية مثل شركة Eruo - communication الإسرائيلية للعلاقات العامة، وشركة Robenstein Associates ومقرها نيويورك (عرقوب، 2006)، بدوره، يضيفُ الباحث محمد صَبَّار في دراسته "الدعاية الصهيونية في الولايات المتحدة الأمريكية وأثرها في مستقبل القضية الفلسطينية"، أن اللوبي الصهيوني يبذلُ مجهوداً هائلاً في بث الدعاية الصهيونية للضغط على الشارع العالمي بغية الاعتراف بشرعية إسرائيل، من خلال السيطرة على الإعلام الأمريكي لضمان استمرارية انحياز السياسة الأمريكية لإسرائيل، وتحت ذريعة حماية المصالح الأمريكية في الشرق الأوسط، يعتمدُ اللوبي الصهيوني في ترويجه للدعاية الصهيونية على طرح روايته انطلاقاً من فكرة الأقليات في المجتمع الغربي والأمريكي، خاصة وأن تلك المجتمعات تتميز بكونها خليطاً من الأقليات والجنسيات والأعراق، ما يضمن تفاعلاً وتعاطفاً، يهددُ مستقبل ومصداقية القضية الفلسطينية، لا سيّما في ضوء الدعم السياسي واللوجستي الأمريكي لإسرائيل (صَبَّار، 2011).

يتعمق الباحث نوّاف التميمي في الحديث عن تأثير اللوبي الصهيوني من خلال كتابه "اللوبي الصهيوني والرأي العام في بريطانيا النفوذ والتأثير"، إذ يُلخّصُ سياسته الدعائية في تشكيل الرأي العام عبر ربطِ جسورِ تواصلٍ مع رجال الإعلام، وتزويدهم بالمواد الصحفية والتقارير، وصياغة خطاباتٍ مؤيدةٍ لإسرائيل، وتعميمِ قصصِ الإنجازات والتحديات التي تُحققها وتواجهها إسرائيل بشكل مستمر للجمهور، وتنظيم مؤسسات اللوبي الصهيوني المؤيد لإسرائيل نشاطاتٍ ترغيبيةً خاصة بالسياسيين، إضافة إلى تقديم الدعم المادي في سبيل ضمان تأييد ودعم إسرائيل (التميمي ن، 2016)، توصلت دراسة أخرى للباحث نفسه "إسرائيل و"نتفليكس": منصة عالمية لـ "هاسبارا" الدعائية: تحليل مضمون للمسلسل التليفزيوني الإسرائيلي "فوضى"، إلى أن إسرائيل تروجُ مضامينها الدعائية من خلال مؤسساتٍ صهيونية، مثل "مشروع إسرائيل"، وعبر إصدارات وثائقية، مثل "دليل الدفاع عن إسرائيل" لإعادة ترميم صورة إسرائيل التي تعرضت للتشويه مؤخراً، يؤكد الباحث أن إسرائيل ترتكز على تلك الإصدارات في بث دعايتها وتسويق مضامين دعائية، أهمها قيام

إسرائيل هو وعد إلهي، وأنها دولة تسعى للديمقراطية وللسلام، وأنها دولة ذات قوة وسيادة بجيش لا يقهر (التميمي ن.، 2020).

وعن تسخير الإعلام في إدارة حرب إسرائيل النفسية، تطرقت دراسة "أثر الحرب النفسية الإسرائيلية على الذات الفلسطينية - انتفاضة الأقصى نموذجاً" للباحث يوسف قاسم لاستخدام إسرائيل الوسائل الإعلامية المختلفة من أجل قلب الحقائق، إذ تعمّدت إسرائيل تعزيز سيطرتها الإعلامية في رواية الأحداث من منظورها، بهدف كي الوعي الفلسطيني والنظر إلى روايتها كمصدر ذي مصداقية، الأمر الذي يحقق أهداف إسرائيل الأمنية والدعائية (قاسم ي.، 2007).

تربط إسرائيل المبررات الأمنية مع الحاجة لتفعيل الوسائل الإعلامية بما يخدم أهدافها الإستراتيجية، المتمثلة بخلق صورة دعائية عسكرية قوية عن إسرائيل، لترهيب الطرف الآخر وبث مشاعر التفوق في الصف الإسرائيلي، حللت دراسة "الإعلام في إسرائيل وعلاقته بالمؤسستين العسكرية والسياسية - حرب لبنان 2006 مثلاً" للباحثة نجود قاسم، العلاقة بين الإعلام الإسرائيلي والمؤسسة الأمنية؛ وتوصلت إلى أن منظومة الإعلام الإسرائيلية تنجرّف مع الضغوط السياسية والأمنية، ويتأثر أداؤها الإعلامي أوقات الحرب. إذ لم يتمتع أداء الإعلام الإسرائيلي وقت الحرب بهامش الحرية، حجة الحفاظ على الأمن القومي الإسرائيلي والتوافق مع احتياجاته. الأمر الذي نأى بالتغطية الإعلامية الإسرائيلية عن دورها في نشر المعلومات الصحيحة للجمهور. بل أخفت العديد من الحقائق، وأهملت قضايا سياسية وميدانية أخرى. وتضيف الدراسة أن مراعاة الإعلام الإسرائيلي للطرف العسكري والسياسي، ينبثق من اعتبارات الحفاظ على الدولة العبرية، وواجب الصحافة الإسرائيلية في تأمين عوامل نجاح إسرائيل ميدانياً وسياسياً وقت الحرب. تُظهر الدراسة أن التغطية الإعلامية الإسرائيلية لم تختلف فيما بينهما، بل تباينت المؤسسات الصحفية فقط في أسلوب سرد الحدث وعرض تفاصيله، لكن ليس في الجوهر والمضمون (قاسم ن.، 2010)، يوصي الباحث Ronja Kniep بحاجة التمييز بين التأثير السياسي والعسكري على الصحافة في إسرائيل على اعتبار أن وسائل الإعلام لا تثير سوى انتقادات مفيدة وليست جوهرية للجيش الإسرائيلي.

استنتجت دراسة "Media Accountability Online in Israel. An application of Bourdieu's field theory" أن بيئة الإعلام الجديد والتفاعلي في إسرائيل تعمل على إبراز صورة "المراقبة" على الصحفيين ما يجعلهم أكثر حرصاً في طرح أي مسألة أو التعقيب عليها، وخاصة أن فرصة الانتقاد عبر مواقع التواصل الاجتماعي والعرائض المضادة عبر الإنترنت تبقى محدودة التأثير، ومحصورة الاستخدام والممارسة من قبل مالكي رؤوس الأموال (Kniep, 2015).

لم تستخدم إسرائيل إعلامها وقت الحرب فقط، بل طالبت المؤسسة الأمنية الإسرائيلية بإحكام السيطرة على الإعلام والمواقع الإلكترونية، بما يخدم مصالحها المرئية، تشير دراسة " دور الحرب الإلكترونية في الصراع العربي الإسرائيلي " للباحث وليد جلعود، إلى لجوء إسرائيل لاستثمار وسائلها الإعلامية والإلكترونية بما يحفظ أمنها القومي والمعلوماتي، لا سيما بعد تعرض الجيش الإسرائيلي للاختراق المعلوماتي والإلكتروني، الذي أسفر عن هدم الصورة الفخرية والدعائية التي استمرت إسرائيل في بنائها عن ذاتها. لجأت إسرائيل لتوفير العديد من الاحتياطات الفنية والتقنية الإلكترونية، لتفادي خطر الهجمات الإلكترونية الموجهة إليها، ومواجهة ما يعرف "بالإعلام المقاوم" الذي وجد مؤخراً ليواجه الدعاية الإسرائيلية المضللة، خصصت الحكومة الإسرائيلية ما يعرف بهيئة الحرب المعلوماتي، ووفرت ما يلزمها مادياً لدعمها في مواجهة أي حرب إلكترونية، وجندت إسرائيل كوادر خاصة داخل جهاز الموساد الإسرائيلي لحماية شيفرات الأمن الخاصة بالجيش الإسرائيلي، كما وظفت خبراء وتقنيين لمراقبة المحتوى الفلسطيني المنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إلى جانب إطلاق صفحات للحوار مع الشباب الفلسطيني والعربي باللغة العربية (جلعود، 2013)، من جانبه، يرى الباحث Galia Baranthan في دراسته " Managing multiple identity challenges and the origins of Israeli national television in Arabic " أن توظيف إسرائيل للغة العربية في بثها الإعلامي يرجع في العموم لاستمالة السكان الفلسطينيين داخل الخط الأخضر. وفي الضفة الغربية والقطاع، إضافة لتعزيز اندماج المهاجرين اليهود من العالم العربي مع الأحداث المحيطة، وضمان إسرائيل استمرارية شعورها بالأمن الوجودي والهوية المتماسكة، يعوّل الباحث على السبب الأهم في استخدام إسرائيل للعربية في بثها الإعلامي إلى محاولتها مواجهة عديد من التحديات منها تحدي "الهوية الذاتية" و "السياسة الدولية"، خصوصاً عندما يتوجب على إسرائيل التعامل مع "التّخرين" داخل حدود دولتها، إذ تستخدم الإعلام كقوة ناعمة وكأداة فعّالة للقيام بهذه المهمة، لا سيما بوجود التوتر المتأصل بين تصور إسرائيل لذاتها كدولة ديمقراطية وبين مخاوفها الأمنية المتواصلة في ظل وجود العرب، الذين تتعمد إسرائيل على الدوام التشكيك في ولائهم لها. في هذا الصدد، يوصي الباحث بضرورة إثراء الأبحاث حول فاعلية الإعلام كقوة ناعمة من خلال التركيز على الدوافع الدبلوماسية والسياسية وراء استخدامه (Press-Barnathan, 2018).

المبحث الثاني: دراسات سابقة في مجال الخطاب الدعائي:

توصلت دراسة "أساليب الدعاية في الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني عبر الإعلام التفاعلي" للباحثة صفاء سعيد، إلى أن الخطاب الدعائي الإسرائيلي يتبنى التوجه السلبي في مخاطبة الفلسطينيين؛ تتصدّ إسرائيل تعميق الفجوة بين قطاع غزة والضفة الغربية، إلى جانب

استخدام صفحات خاصة مثل المنسق، لتعميق الانقسام الفلسطيني عبر تنميط المقاومة وحركة حماس، ضمن إطار الإرهاب وإدراجها كمسبب مباشر في معاناة ومأساة الغزيين على وجه الخصوص، حاور الإعلام الإسرائيلي الجمهور الفلسطيني عبر الصفحات التفاعلية، بهدف استدراجه لأهداف الدعاية الكامنة والظاهرة، تسلط الباحثة الضوء على تركيز الخطاب الإسرائيلي على ما يصفه بالخدمات الإنسانية، مثل: إصدار التصاريح والعمل داخل إسرائيل، والحاجة للحركة بحرية عبر المعابر، ليضفاء السمة الإنسانية على إسرائيل مع كامل التجاهل لكونها مُحْتَل، تنوع أسلوب الخطاب الدعائي الإسرائيلي ما بين الأساليب التحذيرية، والتنبيهية، والترويجية، والتحريضية، والتثقيفية بما يخدم هدف إسرائيل بالتلاعب في الوعي الفلسطيني. تؤكد نتائج الدراسة أن الخطاب الدعائي الإسرائيلي يوظف اللغة العربية بلهجة تدعم أهداف إسرائيل الدعائية، فتوازن في استخدام العامية والفصحى بناء على الحدث والظرف، لا يخلو الأسلوب الدعائي الإسرائيلي من الاستخدام التقني في صياغة الرسائل الموجهة للجمهور، فيشمل المحتوى الإعلامي الإسرائيلي كما وفيراً من الرسائل المصورة والتصورية والنصية والتفاعلية كالانفوGRAFIK والهاشتاغ (سعيد، 2020).

انسجمت نتائج الدراسة السابقة مع دراسة "الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام ٢٠١٤ عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" للباحث حمزة أبو شنب، الذي وضّح تعمد الخطاب الدعائي الإسرائيلي التفاعلي، استمالة العاطفة من الجمهور المتلقي، عبر التركيز على الجوانب الإنسانية، مثل: عرضها للحالات الإنسانية التي تخرج من قطاع غزة للعلاج في المشافي الإسرائيلية، وعدد التصاريح التي تصدرها للمواطنين الفلسطينيين للعمل داخل إسرائيل مقابل نشرها معلومات تفيد بامتلاك حماس أموالاً ضخمة لبناء الأنفاق تصل إلى ٩٠ مليون دولار، في ظل الفقر وسوء الوضع الاقتصادي الذي يعاني منه أهل القطاع. لذلك، اتسم الخطاب الدعائي الإسرائيلي بمحاولة تأليب الرأي العام الفلسطيني ضد حركة حماس ومحاولة خلق الفتنة بين صفوف الشعب الفلسطيني على اختلاف انتمائهم السياسي. إضافة لذلك، يستهدف الخطاب الدعائي الإسرائيلي فئات معينة من الجمهور عبر صفحات إسرائيلية تفاعلية؛ إذ توجه إسرائيل خطابها الدعائي ودعايتها للمتابع الفلسطيني ضمن فئات هي: المدنيون الفلسطينيون، وحماس، والمقاومة الفلسطينية، تتعمد إسرائيل مخاطبة المدنيين الفلسطينيين، وإظهار الاهتمام بسلامتهم وأمنهم عبر تصريحات تنفي استهدافها العسكري لهم، وبهدف تحسين صورتها أمام المجتمع الدولي والمحلي الفلسطيني، إلى جانب ذلك، يعزز الخطاب الدعائي الإسرائيلي المساواة بين المدنيين الفلسطينيين والإسرائيليين من خطر صواريخ المقاومة من خلال محاولات عديدة

لمخاطبة الرأي العام العربي والعالمى لكسب تعاطف من التخزين وخلق الامتعاظ من حركة حماس في ذات الوقت، لا يغفل الخطاب الدعائي الإسرائيلي عن ربط "الإسلاموفوبيا" بحركة حماس، الأمر الذي أسهم في نجاح الدعاية الإسرائيلية بشكل نسبي ضد الحركة عربياً ودولياً، تجد الدراسة أن الخطاب الدعائي الإسرائيلي يكرر استخدام مصطلح "محاربة الإرهاب" والمقارنة بين ما تقوم به الدول العربية من محاربة وملاحقة للحركات الإسلامية والمقاومة مع هدفها بالقضاء على المقاومين الذين تصفهم "بالمخربين" (أبو شنب، 2017).

يبحث سعيد أبو معلا في هدف مخاطبة الفلسطينيين من خلال الإعلام التفاعلي بتقسيمهم إلى فئات ومجموعات "فلسطينيين إرهابيين" و "فلسطينيين سلميين"، من خلال دراسته "Palestinian - Israeli Cyber Conflict: An Analytical Study of the Israeli Propaganda on Facebook Adraei's page as an example"، يرى أن هذا التقسيم يأتي بما يتوافق مع سياسة الانقسام الإسرائيلية، وبما يحقق أهداف الكوادر الإسرائيلية التي توظف منصة فيس بوك بغية إدارة الصراع، وليس لفتح باب الحوار مع الجمهور الفلسطيني. يدرس الخطاب الدعائي الإسرائيلي الأسلوب الموجه لمخاطبة الفئات المقسمة، فيستخدم عبارات مثل "التواصل والحوار والحاجة إلى السلام" مع من تصفهم إسرائيل "فلسطينيين سلميين"، وعبارات مثل "مكافحة الإرهاب، وعقاب المخربين، والأمن لمواطني الدولة" مع من تصفهم بالفلسطينيين الإرهابيين، تتبنى المنصات الفيسبوكية التي تنشئها إسرائيل الخطاب الإسرائيلي العسكري "بشكل أعمى" لتوجه الإسرائيليين والموالين لها، فتخلق بدورها مساحة أخرى للصراع الإلكتروني عبر ردود الفعل المضادة والتفاعل من قبل المستخدمين غير الموالين، يستنتج الباحث أن القضايا التي تطرح عبر فيس تتعلق بالجانب الأمني والعسكري الإسرائيلي، إضافة إلى الثناء على الإنجازات العسكرية التي يحققها الجنود الإسرائيليون، إلى جانب التفاخر اللامحدود بقدرة الجنود على الدفاع عن أمن دولة إسرائيل إذ تصفه "بالجيش الذي لا يقهر". تؤكد الدراسة أن صفحة أفيخاي أدرعي نجحت عبر دعايتها في التأثير على آراء بعض الجمهور العربي والفلسطيني. وبالتالي أوصى الباحث بضرورة تعليم الشباب كيفية الاستخدام الآمن للفيس بوك وبضرورة تطوير المهارات للرد على الرواية الإسرائيلية (Mualla, 2017).

يدرس الباحث أحمد رفيق عوض سياسة تنميط وتقسيم الفلسطينيين من خلال دراسته "لغة الخطاب الإعلامي الإسرائيلي- عملية السور الواقى نموذجاً" والتي وجدت الخطاب الدعائي الإسرائيلي يتخذ من سياسة التقسيم وإعادة التسمية، منهجاً لفرض سياسة التعبئة والتحريض والتجنيد، بما يسمح بإعادة هيكلة الحقائق، في ظل الاستخدام الهائل للمصطلحات والتسميات

الإسرائيلية التي أصبحت عالمية. وعن مستويات اللغة في الخطاب الإسرائيلي، يرى الباحث أن لغة الخطاب تضمنت ثلاثة مستويات هي: المستوى الذي يتبنى الرؤية العسكرية والسياسية بمفرداتها وتوجهاتها التي تهدف لتهميش الفلسطينيين، ويتسم بالمرونة، ويعطي نفسه صفة الديمقراطية والتوازن، ويدعي الاهتمام بحقوق الإنسان فيدافع عن حق العيش والحرية، من خلال اتهام الفلسطينيين بعدم تمتعه بهذه القيم. أما المستوى الثاني فهو عقائدي وأيدلوجي، ولا مرونة فيه حيث أنه يوجه الاتهام الصارم للجميع بعدم تفهم المسألة اليهودية، ويرى الفلسطينيين مشكلة حقيقية، يتنصل الخطاب الإسرائيلي من خلال هذا المستوى عن الكثير من القيم الديمقراطية والليبرالية، التي اعتادت إسرائيل وصف نفسها بها لصالح الشريعة اليهودية والإسرائيلية التي تأتي فوق كل شيء، يعبر المستوى الثالث في الخطاب الإسرائيلي عن التلاعب والتضليل في السياسة الإسرائيلية الداعية عبر محاولتها الاعتراف بالفلسطينيين لكن بمعايير خاصة تخدم المصلحة الإسرائيلية (عوض، 2006).

توصل الباحثُ Thomas Zeitzoff في دراسته "How Social Media Is Changing Conflict" إلى أن وسائل الاتصال الجديدة وخاصةً وسائل التواصل الاجتماعي، تُنشئ بيانات ومعلومات جديدةً لتتفحص دورها مدى فعالية الدعم الذي تتلقاه الأطراف المتنازعة، من خلال إعادة نشر البيانات المنشورة عبر منصات التواصل المختلفة، والتعليق عليها، والتفاعل معها إلكترونياً، وبالتالي فإن هذه البيانات تسهم بشكل مباشر في تغيير البيئة الإستراتيجية لسياسة الأطراف المتنازعة في إدارة النزاع، مثلاً، إسرائيل ركزت في تغيير سياستها في الحرب على غزة عام 2012، من خلال مراقبة ومقارنة التفاعل مع الهاشتاغ الذي أطلقته #IsraelUnderFire مع الهاشتاغ الذي أطلقته حماس #GazaUnderAttack فكان لها القدرة على قياس مدى شعبية إجراءات معينة فيما يخص القادة العسكريين والأداء السياسي بشكل عام. لقد سمحت وسائل التواصل الاجتماعي لإسرائيل ببث دعايتها من خلال التواصل المباشر مع الجمهور والأفراد من خلال البحث في خلفياتهم الفكرية والعمل على تحديد مصادر معلوماتهم، ومن ثم إعداد الأسلوب الخطابى والدعائي لاستقطابهم (Zeitzoff, 2017).

الإطار المنهجي:

تعمل منظومة الدعاية الإسرائيلية تبعاً للكثير من نظريات الإعلام والتأثير في الرأي العام بغية تحقيق الحد الأقصى من التغيير في مواقف المتلقين. وبذلك تعمل هذه المنظومة على الإبداع في إبراز كل ما من شأنه تحسين صورة إسرائيل، وإقصاء كل رواية من شأنها الإساءة لها، ثم ترويج

المضامين والرسائل عبر قوالب دعائية مدروسة. وفي هذا السياق، يبدو واضحاً توظيف القائمين على الدعاية الإسرائيلية لثلاث نظريات معروفة في أدبيات الإعلام والاتصال، وهي نظرية التأطير، ونظرية وضع الأجندة، ونظرية الدعاية السياسية.

نظرية التأطير:

يُعتبر Erving Goffman من المبادرين في وضع نظرية التأطير، والتي لخصها بأنها بناء رسالة ذات قيمة ومعنى، أوجد Goffman مرادفاً للتأطير وهو ما يُعرف بـ Framework - إطار العمل، إذ قسم إطار العمل إلى Primary Framework - إطار العمل الأساس والذي يتضمن "الأطر الطبيعية - Natural Framework" وهي الأطر والجوانب المادية التي لا يستطيع البشر التدخل فيها، و "الأطر الاجتماعية - Social framework" وهي الأطر أو الأحداث المدفوعة بحوافز بشرية (Goffman, 1974). لاحظ Goffman أن الأطر الاجتماعية تُبنى على الأطر الطبيعية والتي بدورها تؤثر على تلقي الأفراد للمعلومات وتحليلها ومعالجتها خلال عملية الاتصال والتواصل فيما بينهم (Davies, 2014).

أما Entman فيؤمن أن التأطير يعتمد على تكتيك معين وهو (Highlighting and Saliency) أي تسليط الضوء على شيء ما أو إبرازه، حيث يُعتبر الإبراز وتسلط الضوء عنصريين مهمين "لتعزيز أو تعريف مشكلة معينة أو تقييم، أو توصيف العلاج للشيء الموصوف (Entman, 1993)، يعمل العنصران السابقان على إظهار الأطر المبنية في النص، إذ نُقل عن Taylor و Fiske "تسلط الإطارات الضوء على بعض أجزاء المعلومات حول العنصر الذي هو موضوع الاتصال، وبالتالي يبرز في مكان معين، ويعني البروز جعل جزء من المعلومات ملحوظاً وذا مغزى ولا يُنسى - بالنسبة للجمهور" (Entman, 1993)، يقدم التأطير طريقة لوصف وشرح قوة نص الاتصال بطريقة تؤثر على العقل البشري والإدراك والوعي "عن طريق نقل المعلومات أو الكلام الإخباري أو الرواية من مكانها - موقعها - لاحظ أن نص الاتصال يتضمن "الإطارات والعبارات والصور النمطية ومصادر المعلومات" (Entman, 1993)، يُقسّم Entman التأطير لأربعة مواقع، أولاً: القائم بفعل الاتصال - Communicator الذي يعطي الأوامر والأحكام ويقدم أطراً لعرض شيء معين، معتمداً على إطارات محددة تسمى غالباً مخططات تنسق نظام المعتقدات. ثانياً: النص - The Text، ويتضمن إطارات تبرز من خلال وجود أو عدم وجود بنية حصرية، ويتضمن صوراً نمطية ومصادر المعلومات، وقد يحتوي على عبارات ذات إشارات ودلالات معينة. ثالثاً: المُستقبل - The Receiver، ويعكس منطقه أو فهمه للإطار الخاص بالنص. رابعاً: الثقافة - Culture والتي يمكن تعريفها

بأنها مجموعة من الأطر المشتركة في نص خطابي ما أو في تفكير الناس والمجموعات الاجتماعية، إذ يمكن إثباتها أو تجريبيها (Entman, 1993).

نظرية الأجندة:- Agenda Setting

من جانب قريب لنظرية التأطير، تأتي نظرية Agenda Setting - وضع جدول الأعمال أو الأجندة، بمنهج قريب من التأطير، يقترح Lipmann أن هناك ارتباطا بين ما تنتجه وسائل الإعلام وما يعرفه الناس عن العالم المحيط بهم، إلى جانب العلاقة بين المعلومات التي تود وسائل الإعلام الجمهور بها، وبين الأطر المستخدمة من الجمهور لقراءة الواقع. الأمر الذي يؤكد معرفة وسائل الإعلام بميول ورغبات الجمهور، ما يمكنها من التأثير في عقولهم وإعادة ترتيب اهتماماتهم. يتفق ما سبق مع ما قاله Cohen: "الصحافة هي أكثر بكثير من كونها مجرد مصدر للمعلومات والرأي، قد لا تكون ناجحة في الكثير من الأحيان في إخبار الناس بما يجب عليهم التفكير به، ولكنها تنجح بشكل مذهل في إخبار القراء بما عليهم التفكير فيه". وهذا ما يسمى وضع جدول الأعمال- Agenda Setting (Stanley J. Baran & Deniss K.Davis, 2010).

يؤكد McCombs أن " لكل شيء أجندة خاصة، فعندما يتحدث الإعلام والجمهور عن شيء ما يتم التأكيد على بعض سماته، بينما يتم إعطاء البعض الآخر منها اهتماماً أقل، والكثير من تلك السمات لا تتلقى أي اهتمام على الإطلاق" (Maxwell E. , McCombs and Donald L. Shaw, 1972). إن إعداد الأجندة ينطوي على تأثير إعلامي مباشر على الجمهور، الأمر الذي يعني أن جدول أعمال أو أجندة وسائل الإعلام أصبحت أجندة الجمهور بحيث " لا يتعلم الناس فقط عن قضية معينة ولكن عن مدى الأهمية التي يجب أن يؤلّوها لتلك القضية من حيث موقعها وكمية المعلومات فيها" (Stanley J. Baran & Deniss K.Davis, 2010).

بالعودة إلى Entman فهو يقترح الربط بين النظريتين السابقتين -Agenda Setting- Framing، فوضع الأجندة واستخدام التأطير يعتمد بنظره على جهد من أجل صياغة أدوات السلطة، والتي بدورها تعمل على إنتاج أطر معينة للقصة أو الموضوع، ومدى تأثيرها على الجمهور (D'Angelo, 2018). ترى Coleman أن " الافتراض الأساس لوضع الأجندة هو أن وسائل الإعلام لديها أجندة تنقلها، أي أن الصور الإخبارية تنقل الإيماءات وتعبيرات الوجه وغيرها من المعلومات المرئية" (Coleman, 2010). أما الباحثان Scheufele و Tewksbury فيوضحان الاختلاف بين التأطير والأجندة من خلال ثلاث زوايا جوهرها إمكانية الوصول وإمكانية التطبيق (Dietram A. Scheufele & David Tewksbury, 2007):

- أولاً: إنتاج الأخبار-News Production والذي يتم فيه إنتاج مفهومي " إنتاج الأُطر " و " إنتاج الأُجندة " بالاعتماد على مناهج نظرية سياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية.
- ثانياً: معالجة الأخبار-News Processing يحدث تأثير التآطير عندما يولي الجمهور اهتماماً كبيراً للرسائل الإخبارية. بشكل مواز، ينطبق ذلك على وضع الأُجندة الذي يستقبل فيه الجمهور كمّاً من المعلومات يتم استدعاؤها لاحقاً لفهم تفصيل قضية معينة.
- ثالثاً: موقع التأثير- Locus effect يعتمد تأثير الأُجندة على مهارات الأشخاص في الاستجابة بالاعتماد على ذاكرتهم التي تخزن تغطيات الإعلام لقضية معينة مؤخراً. بينما التآطير فهو تأثير تطبيقي يتعلق أمره بالعلاقة التي يتم إنشاؤها بين المعرفة الأساسية للجمهور، والرسائل المقدمة لهم وما إن كانوا على استعداد لقبولها أم لا.

نظرية الدعاية السياسية:

إن استخدام كلمة الدعاية يشير إلى التقرير أو القصة التي لا تعرض الحقيقة أو لا تمثل عرضاً موضوعياً متوازناً للأطراف ذات العلاقة، بل تمثل حجة متحيزة للدفاع عن مصلحة معينة، وبالتالي، تعني الدعاية في مفهومها العام: منظمة تدفع بقوة تجاه وجهة نظر محددة تروج لها بين أكبر وأوسع شريحة من الجمهور، بالاعتماد على التضليل وعدم الأمانة والازدواجية، والتي بدورها تخلق خطاباً يتنكر كشيء آخر عكس ما يبدو عليه ظاهرياً، أضف لما سبق، أن الدعاية تعتمد على سياسة الإقناع والحرب النفسية التي يتم ممارستها على أنماط مختلفة من الجماهير (Lasswell, 1927).

تعمل الدعاية على تغيير آراء المتلقين من خلال الوصول للمخزون المفاهيمي الخاص بهم، ومحاولة خلق علاقة معها عن طريق توظيفها مع الظروف المحيطة للوصول للتأثير المطلوب؛ الذي يمكن أن يكون قد خلق حالة لا مبالاة من الجمهور تجاه قضية معينة، أو منع الجمهور من خلق نزعة عدائية تجاه طرف من الأطراف، إلى جانب عكس حقيقة المواقف (Lasswell, 1927). لاحظ أن الدعاية تستخدم لغة الأم والمعلم والمتنمر والشريطي والصحفي ورجل الدين، من أجل الحصول على وزن تقييمي لأثر الدعاية وبصمتها على الأفراد، إلى جانب خلق هوية محددة للدعاية مقابل الحقيقة. وعليه، الدعاية شكل من أشكال الاتصال المصمم للتأثير على عقول وعواطف مجموعة معينة لغرض محدد. لاحظ أن عمل الدعاية لا يمكن أن يكون في فراغ تُوّطره عموميّات من الأخلاق أو المعايير، بل تُوظف في ضوء هدف محدد وواضح، لا سيّما في حالات الصراعات والحروب، التي تُصمم فيها أهداف الدعاية وفقاً لمشاكل العدو (Linebarger, 1948-1954).

يدون Douglas Walton مجموعة من خصائص ومميزات الدعاية منها (Walton, 1997): بنية الحوار - Dialogue Structure: محتوى الرسالة- message content، وهيكلية الهدف الموجه- Goal directed structure، ومشاركة المجموعات الاجتماعية- Involvement of Social groups، والاختلاف في الاستدلال المنطقي- indifference to logical Reasoning، والجدل من طرف واحد- one Sided Argumentation، والدخول في حوار الإقناع- Involvement of Persuasion، و اللغة التحفيزية والإقناع - Dialogue، و اللغة التحفيزية والإقناع - Emotive Language and Persuasive Definitions.

بناء على ما سبق من نظريات، توظف الدعاية الإسرائيلية وخطاب إسرائيل الدعائي عملية تأطير ممنهجة للأحداث والقضايا بما يناسب أجندتها وجدول أعمالها الخاص بتحسين صورة إسرائيل، ورفع نسبة قبولها فلسطينياً وعربياً ودولياً، الأمر الذي يخدم سياساتها على الصعيدين الداخلي والخارجي، وبالتالي، تحقق إسرائيل دعايتها السياسية باتباع تلك النظريات المسندة إلى جانب الأدلة الإرشادية من وزارة الشؤون والدعاية الإسرائيلية، إلى جانب دليل الدعوة لإسرائيل ودليل إسرائيل في الأمن والحرية والسلام.

الإطار المعرفي

الدعاية الإسرائيلية في ظل الإعلام الجديد

1. تطور الدعاية الإسرائيلية الرقمية

ظهرت الصحافة الإلكترونية في إسرائيل عام ٢٠٠٢ حينما استخدمت الحكومة الإسرائيلية مواقعها الإلكترونية الحكومية، كوسائل إعلامية عبر الإنترنت لتوضيح السياسة الإسرائيلية، ولتحديد مضمون المحتوى المنشور من خلالها للجمهور. رُبطت هذه المواقع بمواقع وزارة الداخلية ورئاسة الحكومة ووزارة الدفاع، إلى جانب موقع الجيش الإسرائيلي والمواقع الإخبارية مثل وللا العبرية ومواقع إخبارية بالعربية مثل يديعوت أحرنوت. من هنا، بدأت العلاقة ما بين الإعلام والحكومة الإسرائيلية، التي فرضت رقابة عسكرية لضبط العلاقة ما بين الإعلام والقضايا الأمنية، التي تعتبرها إسرائيل خطراً على أمنها. بالتالي، وظفت إسرائيل إعلامها لبث دعايتها ورواياتها بما يناسب أجندتها السياسية والعسكرية (الفلسطينية-وفا، 2021). طُلب من وسائل الإعلام الإسرائيلية أن تتوقف عن بث خطابات القادة الفلسطينيين، أو أي محتوى لا يخدم الهدف الدعائي الرسمي للحكومة الإسرائيلية " وكجزء أساس في العملية الرقابية، استخدمت وسائل الإعلام الإسرائيلية عدداً من المصطلحات الانتقائية للتعبير عن الأحداث التي تخص علاقة إسرائيل بالفلسطينيين " (للدراست، 2018).

تقوم وظيفة الإعلام الإسرائيلي على إظهار الصبغة الصهيونية في البيئة الإسرائيلية، والتركيز على مأساة اليهود وبث فكرة التآمر عليهم من قبل العرب. وتعميق الانتماء اليهودي والصهيوني معاً، وبث دعاية الحياة والثقافة اليهودية في العالم. إلى جانب بث الاختلاف الثقافي مع العرب، وخاصة أن الإسرائيليين يميلون إلى الغرب. وبث برامج باللغة العربية لترويض العرب في الداخل المحتل، والتحريض على وسائل الإعلام الفلسطينية. إضافة للدفاع عن السياسة الإسرائيلية، وعن الرواية الخاصة بالاستيطان والتهويد وأعمال الجيش الإسرائيلي؛ تحديداً سياسة الاغتيال الإسرائيلية. لا تعمل دعاية إسرائيل على المستوى المحلي فقط؛ فهي تملك أدوات لبث دعايتها في الخارج من خلال صحف ومجلات، وقنوات متلفزة ومراكز إعلامية في أوروبا وأمريكا. من بين هذه المراكز: مركز الإعلام الإسرائيلي في نيويورك، ومركز الإعلام الإسرائيلي في زيورخ، ومركز الإعلام الإسرائيلي في بيونس آيرس بالأرجنتين، ومركز الإعلام الإسرائيلي في باريس. تتضمن الدعاية الإسرائيلية أهدافاً واضحة محددة تنشر. مضامين أهمها بث صورة جيدة عن الإسرائيليين وديمقراطية دولة إسرائيل، ودعوة منظمات الدول العالمية للتبرع من أجل اليهود ودولتهم، وتسويق إنجازات إسرائيل للعالم، وكسب الرأي العام العالمي فيما يخص القضية الإسرائيلية-العربية والإسرائيلية- الفلسطينية (حرارة، 2018).

أفضى الإعلام الجديد لحرب معلوماتية ودعائية إلكترونية، إلى جانب الصراع السياسي على الأرض فيما يخص الصراع الإسرائيلي-الفلسطيني. طور الجيش الإسرائيلي أساليب التأثير في الجمهور ووعيه، عبر التوجه لمواقع الإعلام الاجتماعي، فأسس فرع الإعلام الاجتماعي عام ٢٠٠٩ والذي بدوره يتواصل مع فئات الجمهور الدولي، ويعمل على تكثيف حضور المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على مواقع التواصل الاجتماعي؛ بغية الانفتاح على الجمهور الدولي والعربي. وتنفيذ أهداف وحدة الدبلوماسية العامة العسكرية، بالتواصل مع المتلقين في عملية اتصال ثنائي وخاصة باستخدام اللغة العربية التي يتحدث بها الجمهور الفلسطيني والعربي (قوطة، 2019).

تعمل إسرائيل على بث دعايتها عبر الإعلام الجديد بالارتكاز على النزعة الإنسانية وعلى إثارة الشكوك حول الأداء الفلسطيني المقاوم، وتضليل الجمهور ببث أكثر من رواية خاصة في تغطية الأحداث. والتهويل في أداء القادة العسكريين الإسرائيليين إلى جانب انتقاء كلمات تبرر اعتداء الإسرائيليين على الفلسطينيين مثل "التصفية الموضوعية، القتل المستهدف، الضربات المختارة، والدفاع الإيجابي". (عامر، 2018)

يعتمد أسلوب الدعاية الإسرائيلية في الوقت الحالي على سياسة "التنقيب الدعائي" المعتمد على مفهوم "الحرب الهجينة" وهو وصف حديث لمفهوم الصراع، ويشمل استخدام الأساليب الحديثة والتقليدية العسكرية وغير العسكرية والخفية والمعلنة، والأهم من ذلك الأسلوب المعلوماتي، بهدف خلق حالة إرباك وغموض حول طبيعة مصدر الدعاية والمعلومات. بمعنى، أن الحرب المعلوماتية الدعاية عبر الإعلام التفاعلي تتم على أكثر من مستوى تنفيذي ليتم إنجاز أهداف "التنقيب الدعائي" بجانب "الجمع الاستخباراتي" وكلاهما يتمحوران حول عملية ممنهجة لمراقبة الأنشطة والسلوكات على شبكة الإنترنت والمواقع الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي، من أجل الإحاطة بالمعلومات المطلوبة لخدمة أهداف الدعاية الإسرائيلية. يرادف "التنقيب الدعائي" و"الجمع الاستخباراتي" مصطلح "هاسبارا" Hasbara الذي يعني الشرح والتفسير وتعتمده إسرائيل للتحايل على مصطلح الدعاية. توظف إسرائيل جهودها إعلامياً وتسميه "الدبلوماسية الرقمية" أو "الهاسبارا" من أجل انخراط الأنشطة السياسية والدبلوماسية العامة والدعاية معا، وضمان تفاعلها مع الشركات والاتحادات الطلابية لحثهم على التطوع الإعلامي المساند لإسرائيل حول العالم (المصدر، 2018).

لعل من أهم أساليب الدعاية الإسرائيلية عبر الإعلام الحديث هو الاعتماد على الدعاية السيبرانية التي ترعى إدارة صفحات الإعلام الإسرائيلية عبر الإعلام الجديد والتفاعلي، مثل صفحات الناطقين بأسماء الجيش بالعربية وصفحات رئيس الوزراء وغيرها، والتي تتحدد مهامها في ضبط وتنسيق الرسالة الدعائية المقدمة للجمهور. إضافة لجهود الأذرع الأمنية التي تضم وحدة Signit 8200 المتخصصة في الجمع الاستخباراتي عبر مواقع التواصل والشبكات الاجتماعية؛ إذ تقوم بفلتر المعلومات لنوعين وهما: خاملة إستراتيجية يتم حفظها للاستخدام لاحقاً في الوقت المناسب، ومعلومات نشطة توظف في عمليات الاستخدام السريع مثل تجنيد العملاء، وتطبيق أساليب الدعاية ضمن توقيت فعلي (المصدر، 2018).

بدأت ذروة التطور في الإعلام الإسرائيلي عام ٢٠١٦ بفضل وجود الإنترنت ووسائل الإعلام التفاعلي، التي حولت الاتصال من الفردي إلى الثنائي. ما أدى لتبادل المعلومات وتوزيع الرسائل والمضامين الدعائية بشكل أكثر انتشاراً. يوجد في إسرائيل أكثر من مئة محطة إذاعية بين رسمية وغير مرخصة، ومن بينها هيئة البث العام الإسرائيلية الرسمية التي تعمل تحت اسم Kan بالعبرية وMakan بالعربية، بحيث تضم الهيئة ثلاث محطات تلفزة، واحدة منها تبث بالعربية وثمانية محطات منها تابعة لصوت إسرائيل، وتعمل على النظام الرقمي أو الديجيتال. وفي عام ٢٠١٩، بدأت شركات نقل البث الإسرائيلية باستخدام خدمة الإنترنت من أجل نقل البث التلفزيوني وتوزيعه عبر

وسائط الإعلام الجديد، فأدى لمنافسة قوية بين شركات البث في السوق الإعلامي والتفاعلي والإلكتروني. وبذلك، ظهرت إسرائيل في ظل الإعلام التفاعلي كدولة سيبرالية قوية (العُمري، 2020).

تملك إسرائيل أكثر من ٨٠٠ قناة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تُطلق بـ ٥٠ لغة مختلفة، من بينها ٢٥٠ قناة خاصة بالسفارات والقنصليات الإسرائيلية و ٢٥٠ حساباً لدبلوماسيين إسرائيليين إلى جانب مواقع الويب الخاصة بالثقافة والسياسة الإسرائيلية. سهل الإعلام الجديد على إسرائيل تحقيق أهداف دعايتها والتي تركز على إظهار تعايش إسرائيل مع الأعراق والجنسيات الأخرى، تعتمد إسرائيل توجيه خطابها من خلال تلك القنوات لدول عربية مثل الأردن ومصر والإمارات، والمغرب ولبنان والسعودية، والعراق الذي قدّر عدد متابعي صفحة إسرائيل -العراق أكثر من ٥.٥ مليون شخص. تُعتبر إسرائيل نفسها رائدة في الانفتاح على المجال الرقمي والإلكتروني التفاعلي، وفي توسيعها للرقمية الدبلوماسية؛ بإنشاء منصات تفاعلية عبر "فيس بوك" و"توتير" و"انستغرام" و"يوتيوب" وغيرها مثل "تيك توك" و"تلغرام". يرى مختصون إسرائيليون أن الإعلام الجديد أصبح "Brand" أي علامة فارقة في سياسة إسرائيل ودبلوماسيتها. تقول Sharona Avginsaz المشرفة على العلاقات الإيرانية الإسرائيلية في الإعلام الرقمي "تعمل وسائل الإعلام الجديد بشكل جيّد مع تطلعات الروح الإسرائيلية وخاصة أننا لا نحب القواعد بل نحب أن نقوم بأمرنا الخاصة في سبيل منح دبلوماسيتنا الحرية من خلال تشغيل قنوات إعلامية يتكرر فيها التأكد من المواد المنشورة قبل نشرها". يُتابع المنصات التابعة لإسرائيل أكثر من ٢٠٠ مليون شخص يتلقون المعلومات والمضامين الدعائية المختلفة، والذين تختلف ردودهم وتفاعلاتهم على تلك المضامين (Friedson, 2020).

أضف إلى ما سبق، تعتمد الدعاية الإسرائيلية عبر الإعلام الجديد على استخدام اللغة العربية لبث دعايتها وخطابها الموجه للعرب بشكل عام وللפלستينيين بشكل خاص. تُبث معلومات عن دولة إسرائيل بحجة أنها تسعى للحفاظ على علاقة مع الجمهور غير الإسرائيلي. يتضمن الإعلام الإلكتروني بالعربية صفحات تفاعلية مثل: صفحة إسرائيل بالعربية والتي بدورها تشجع الجمهور على نقاش مسؤولين إسرائيليين بشكل مباشر وعلني وتحثهم على عدم التطرق لمفاهيم تحرض على العنف أو القتل. تقوم صفحة إسرائيل تتحدث بالعربية بنشر محتوى إخباري ومحتوى يحسن صورة إسرائيل بوضعها في إطار إنساني، إلى جانب إظهار تعاطف سياسيين إسرائيليين وحرصهم على مواطنيهم، وتصوير إسرائيل على أنها دولة تعددية. أما صفحة المتحدث الرسمي باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي فهي مثال آخر لتوظيف اللغة العربية في الخطاب الدعائي الموجه للجمهور؛ إذ يتضمن

محتواها مفاهيم تنبهيّة وتحذيرية من المساس بأمن إسرائيل، إلى جانب بث مفهوم جسور السلام بين إسرائيل والعرب، وتكثيف الحديث عن الجيش الإسرائيلي وأخباره واهتماماته العسكرية وغير العسكرية (Mualla، 2017) " إن أحد أهم أهداف التواجد على منصة التواصل الاجتماعي باللغة العربية هو السعي لإضفاء طابع الإنسانيّة على ضباط وجنود الجيش الإسرائيلي " (ص ٣٢) (الخرابشة، 2018)، ويتم ذلك من خلال تصوير جنود إسرائيليين بالزي العسكري وجعلهم يتصرفون بشكل طبيعي وإنساني والقيام بأعمال روتينية كإحضار الطعام والضحك وبث المعاييدات وغيرها (الخرابشة، 2018). توجد صفحات أخرى مثل صفحة إسرائيل بالعربية والتي تستهدف الجمهور العربي بشكل عام، وتسعى للحديث عن الأبعاد السياسية والثقافية للشعب الإسرائيلي، وبث رواية أرض الميعاد. أما صفحة رئيس الحكومة الإسرائيلية فتركز على الاهتمام بالمجتمع الإسرائيلي والعلاقات الخارجية مع إسرائيل والاستمرار في بث فكرة الصورة المشوهة عن إسرائيل بين العرب ومحاولات إسرائيل لتحسينها، إلى جانب التأكيد على خطابها الخاص بكون الإسرائيليين ليسوا غرباء عن أرض فلسطين (Mualla، 2017).

وعن فيس بوك تحديداً وهو أداة من أدوات الإعلام الجديد التفاعلي، تستخدم إسرائيل فيس بوك كأداة لإبقاء الفلسطينيين تحت الرقابة ولمحاولات تجنيد الشباب الفلسطينيين لصالحها " ترتبط الشبكات الاجتماعية في السياق الفلسطيني الإسرائيلي بأنشطة تتجاوز النوايا الظاهرة للحفاظ على التواصل، فبعض الأوساط الفلسطينية تجد فيس بوك كنزاً دفيناً لإسرائيل واستخباراتها للحصول على معلومات ولتغير تصور الفلسطينيين ومواقفهم تجاه إسرائيل " (ص ٥٨) (Mualla، 2017)، تعود أهمية الدعاية الإسرائيلية عبر منصة فيس بوك تحديداً لوجود أكثر من ١٥٨ مليون حساب عربي على تلك المنصة تعتبر العربية فيها الأكثر رواجاً، لا سيّما بعد حرص الحكومة الإسرائيلية على تخصيص كوادر وتقنيات برمجية متطورة لجذب الجمهور العربي والفلسطيني تجاه إسرائيل (الخرابشة، 2018) إلى جانب استخدام فيس بوك، لمراقبة المحتوى العربي والمنشورات الخاصة بالصحافة العربية والفلسطينية. حيث أسس الشاباك وهي وكالة الاستخبارات الإسرائيلية، وحدة "حتساف" عام ٢٠٠٣ لتزويد المخابرات الإسرائيلية بالمنشورات التي يتم وضعها على " فيس بوك " و "توتير" ومواقع أخرى في الإعلام العربي. الأمر الذي زاد من حدة الصراع الإلكتروني وخاصة بعدما قامت إسرائيل بإرسال رسائل إلى فيس بوك تطالب فيها بإغلاق صفحات فلسطينية وعربية تتهمها بالتحريض على الإسرائيليين وقتلهم (Mualla، 2017)، وقد وجد المركز المتخصص برصد الخطاب العنصري في إسرائيل أن مواقع التواصل الاجتماعي تضمنت ٤٧٤'٢٥٠ منشوراً عنصرياً تحريضياً ضد الفلسطينيين عام ٢٠١٨ إلى جانب ١٧٥ ألف دعوة إلى العنف والكرهية في إسرائيل

ضد العرب والفلسطينيين في شهر حزيران عام ٢٠١٥ حتى أيار ٢٠١٦، إذ تضمن خطاب الكراهية الموجه من قبل الإسرائيليين على كلمات مثل " لنقتل " والتي ذكرت ٢٧ ألف مرّة في الفترة المذكورة، إلى جانب كلمات مثل " نحرق، نخرب " (العُمري ، 2020).

وعليه، تستخدم إسرائيل قواها السياسية لتعتيم وتكميم الرواية العربية والفلسطينية، يقول موسى الريماوي، مدير مركز مدى الفلسطيني للتنمية وحرية الإعلام: "إسرائيل لا تريد أن تصل القصة الفلسطينية حول الانتهاكات المرتكبة ضدها في الأراضي المحتلة إلى الجمهور العالمي" ما يخلق القلق تجاه تبني فيس بوك لسياسة إسرائيل ومصطلحاتها الدعائية (Gostoli, 2016).

2. اللغة العربية كأداة تواصل في الإعلام الجديد الإسرائيلي:

فيما يخص الحالة الإسرائيلية- الفلسطينية تحديداً، يمكن تعريف اللغة من مبدأ الولاء والعداء "اللغة حلقة وصل بين الأشخاص الذين يتشاركون هوية مشتركة وليس كوسيلة للتواصل إنها ليست مجرد أداة فنية للتفاهم ولكنها أيضاً مرجع للولاءات والعدوات" (Suleiman, 2004)، تحاول إسرائيل بقوة إضعاف اللغة العربية على لسان أصحابها "واقْتلَع اللسان العربي واستبداله بالعبري للقضاء على الهوية العربية" (سالم، 2018)؛ فاللغة العربية من وجهة نظر الباحث السيّد سالم ليست مجرد وسيلة للتعبير عن الرغبات بل هي من أهم المكونات في حفظ ذاكرة الفلسطينيين وتاريخهم وثقافتهم. ينسجم ما يقوله السيّد سالم مع Edwards الذي قال إن "القضايا المتعلقة باللغة والهوية مركبة جداً. فجوهر المصطلحات نفسها مفتوح للنقاش، ونتيجة لذلك يؤخذ بعين الاعتبار أن اللغة تحفها الصعاب" (أمارة، 2010)، من جهة أخرى، تستخدم اللغة للهيمنة والسيطرة بطريقة غير مباشرة على الأفراد والجماعات من خلال مخاطبتهم بلغتهم ومفرداتها وكل ما يتعلق بمضامينها. إذ يدرس الطرف المهيمن لغة الطرف الآخر، ويتعمق في خصوصياتها ليوظفها في رسالته الخطابية ويقدم من خلالها محتوى يصل المتلقين والجمهور بطريقة مدروسة، فيدركها الجمهور على اختلاف أطيافه. عن هذا الطرح تحديداً، تستخدم إسرائيل اللغة العربية بعناية فائقة للتواصل مع الجمهور الفلسطيني والعربي باستخدام مفردات اللغة العربية، شعبية وفصحى، إلى جانب الاستشهاد بالأقوال الشعبية والاقْتباسات الدينية القرآنية والنبوية.

بدأ اهتمام الجانب الإسرائيلي باستخدام اللغة العربية في إعلامه منذ بداية الأربعينيات إذ اعتمدت إذاعة منظمة الهاغانا على البث بالعربية، وكان الهدف في ذلك الوقت زعزعة الاستقرار الفلسطيني ودب الرعب في نفوس المواطنين، لدفعهم ترك أرضهم وأملأهم، في ظل الحرب النفسية التي

شنتها إسرائيل على الفلسطينيين عبر تلك الإذاعة (الجلولني، 2008)، عن هذا الأسلوب تحديداً، شاركت منظمات مثل "اتسل" و"ليحي" باعتماد البث باللغة العربية، لإدارة حرب نفسية ممنهجة على الفلسطينيين لبث الخوف من خلال الحديث عن جرائم كانت تنفذها المنظمّتين ضد العرب (نعيم، 2017). إضافة لذلك، يعتبر السفير الإسرائيلي السابق في مصر (موشي ساسون) المبادر في طرح فكرة الفضائية الإسرائيلية الناطقة بالعربية لتحسين صورة إسرائيل المغلوطة في الشارع العربي. وتتمثل أهداف الإعلام الإسرائيلي المعلنة من البث بالعربية في خلق حوار مع المواطن العربي أو الفلسطيني، وإتاحة الفرصة للمواطن الفلسطيني لمعرفة ما يحدث داخل إسرائيل، وتعميق التفاهم مع شعوب المنطقة. أما أهدافه الخفية فتتمثل في التأثير على الرأي العام الفلسطيني والعربي والتغيير في قناعاته فينكر وجود الاحتلال، ويدعم فكرة التعايش مع الإسرائيليين بغض النظر عن جرائم دولتهم، والدفاع عن صورة إسرائيل، ومحاولة تغيير النمط السلبي عنها في الصف العربي والفلسطيني. والضغط على الدول العربية ووزاراتها الخارجية للاعتراف بإسرائيل وتكوين علاقات سياسية-اقتصادية معها، إضافة لبناء منظومة نفوذ سياسي في المنطقة. على الصعيد الآخر، لا تخلو أهداف إعلام إسرائيل الموجه باللغة العربية لتشويه صورة الفلسطيني المدافع عن أرضه، وتعزيز حالة الفرقة في المجتمع الفلسطيني والعربي، والعمل على خلق الطائفية والعنصرية لخرق الثقافة الدينية والاجتماعية (الجلولني، 2008).

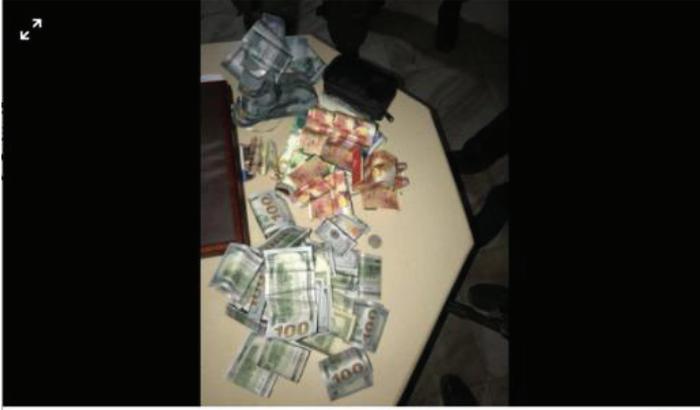
تكثف إسرائيل من الحملات الدعائية إلكترونياً في منطقة الشرق الأوسط والوطن العربي من قبل فريق اللغة العربية في الإعلام الإسرائيلي الإلكتروني، والذي تم تأسيسه عام 2011 ويضم عشرة أعضاء من العرب واليهود، لاحظ أن مرجعية الفريق تعود لهيئة الدبلوماسية الرقمية والتي تدير دورها الدعاية الإسرائيلية، بدأ الفريق مؤخراً حملة ممنهجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل "فيس بوك" و"تويتر" و"إنستغرام"، لكسب قبول إسرائيل شعبياً في الشرق الأوسط. يتمثل الهدف الأساس للحملة في "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لإقناع العرب باحتضان الدولة اليهودية". وفي الوقت الذي يعمل فيه فريق الدبلوماسية الرقمية على هذه الحملة الحديثة، فإنه على قناعة بصعوبة قلب العداء إلى محبة، وأنه على الرغم من إبرام اتفاقيات التطبيع مع بعض دول الخليج والسودان والمغرب، إلا أن حجم المهمة يزداد صعوبة في ظل رفض بعض المشاهير والشخصيات العامة التي تتعامل مع إسرائيليين، كشف التطبيع علناً. وبالتالي، يُقر مسؤولون عن فريق اللغة العربية المخول بتقديم محتوى باللغة العربية بوجود التحديات، لا سيما أن منطقة الوطن العربي تقدم دعماً للفلسطينيين الذين يعيشون تحت الاحتلال أو في أنحاء الشرق الأوسط كلاجئين. علاوة على ذلك، اعترف Yonatan Gonen رئيس وحدة وسائل التواصل الاجتماعي

الناطقة بالعربية، أن الوحدة قامت بنشر صور الممثل المصري محمد رمضان مع الإسرائيليين، لإظهار التطبيع بين الجانب العربي والإسرائيلي، إلا أن ردة الفعل كانت بالنسبة لمعايير الدعاية الإسرائيلية " مخيبة للآمال " وقد أشار إلى أن عملية التطبيع والاحتضان الشعبي تحتاج إلى وقت؛ إذ على الرغم من ازدياد أعداد المتابعين ١٠٠ مليون متابع شهرياً، للحسابات الخاصة بوحدة التواصل الاجتماعي الإسرائيلي، ولكن لا تزال إسرائيل تواجه معارضة شديدة وواسعة النطاق في المنطقة العربية، التي تضم أكثر من ٤٠٠ مليون شخص ناطقين بالعربية. من جانبه، يشير المتحدث باسم رئيس الوزراء الإسرائيلي إلى التزايد في أعداد العرب الذين يعتبرون إسرائيل حليفاً، ولذلك تدرس إسرائيل توسيع انتشارها باللغة العربية "مع توسع السلام الإقليمي، إذ يصبح التحدث مع جيراننا بلغتهم الخاصة أكثر أهمية". يؤكد الباحث الأكاديمي علاء الشهابي استمرارية التحالف مع الشعب الفلسطيني وتأييد قضيته، وأن الحملة التي تقودها إسرائيل باستخدام اللغة العربية لن تكون ناجحة إذا لم يُسجل تغييراً كبيراً وواضحاً في الرأي العام، فقد " وجد تقرير صدر في أكتوبر عن وزارة الخارجية والشؤون الإستراتيجية الإسرائيلية أن أكثر من ٩٠٪ من التعليقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي الإسرائيلية الناطقة بالعربية خلال شهر أغسطس وسبتمبر على اتفاقية التطبيع، كانت سلبية" إذ نشر الفريق أكثر من ٧٠٠ منشور حول اتفاق التطبيع. في هذا الصدد تحديداً، يؤكد مسؤولون إسرائيليون أن إسرائيل بحاجة للاستعداد والتحضير جيداً لبدء حملة مطولة على الإنترنت لكسب الرأي العام والعقول والقلوب لصالح علاقات أقوى وأكثر متانة مع إسرائيل. وعن قياس نجاح الفريق، يتحدث مسؤولون أن الهدف الحالي هو استخدام اللغة العربية من أجل خلق تفاعل وحوار مع الجماهير العربية (Inside Israel's social media campaign to woo the Middle East, 2021).

تسعى إسرائيل من خلال توظيف اللغة العربية للتأثير في عقول وقلوب الشعوب العربية بعد فشلها في التأثير محلياً على الفلسطينيين، إلى جانب لتضليل الشارع العربي والفلسطيني ترويحاً للحلم الإسرائيلي ببناء دولة من النيل للفرات أو ما يعرف بإسرائيل الكبرى. إلى جانب محاولة إسرائيل التخلص من حالة الغربة والعزلة التي تعيشها ككيان منفصل ثقافياً وفكرياً وحضارياً لجانب الاختلاف الهوياتي والعقائدي. وعليه، تحاول إسرائيل من الموازنة بين الأفكار التي تبثها الدعاية والخطاب الدعائي وبين الحقائق التي تفصلها عن غيرها - أي العرب أو الفلسطينيين، من خلال استغلال اللغة العربية وتوظيفها على جميع الأصعدة (نعيم، 2017).

النقاش والنتائج:

عينات الفئة الأولى (تعزيز قوة الجيش الإسرائيلي وحقه في الدفاع عن أمن إسرائيل):



الممنسق
١٤ نوفمبر ٢٠١٧ -

إسرائيل لن تسمح للإرهاب أن يرفع رأسه

خلال نشاطات لـ #جيش_الدفاع_الإسرائيلي في بلدة #دير_ابو_مشعل، صادرت قوة عسكرية إسرائيلية 7105 شواقل و2800 دولار و220 دينار #اردني والتي كانت مخصصة لعمليات بناء بيت المخرب النذل الذي قتل بدم بارد المجندة هداس مالكا رحمها الله.
#للإرهاب_عواقب_وعقاب

أفياخي أدري - Avichay Adrae
١٥ أكتوبر ٢٠١٧ -

ليس في المنطقة شيء لا نراه! فلا شيء يخفى على جيشنا!!



٢,١ ألف تعليقاً ٤٤ مشاركة

٣,٧ ألف

أفياخي أدري - Avichay Adrae
١٥ نوفمبر ٢٠٢٠ -

في إطار حملاتها المستمرة لإحباط عمليات ونشاطات إرهابية في منطقة يهودا والسامرة، ضبطت قوات جيش الدفاع في قرية وادي سيمان أسلحة ومعدات عسكرية وأموال كانت معدة لتنفيذ أعمال تخريبية.
تم إلقاء القبض على مشتبه بهم الذين أحيلوا إلى تحقيق قوات الأمن.
قوات جيش الدفاع متواجدة لرصد كل محاولة تخريبية، هدفها المس بالأرواح مؤكدة الاستمرار في إحباط كل مخطط من شأنه زعزعة أمن واستقرار المواطنين والسكان، الإسرائيليين والفلسطينيين، على حد سواء



الممنسق
١٤ أغسطس ٢٠١٨ -

عملت قوات #جيش_الدفاع_الليلة في مدينة #بيطا الواقعة في منطقة عمليات لواء #يهودا الإقليمي، حيث داهمت القوات خلال نشاطها ورشة عمل تستخدم لتصنيع #الأسلحة غير القانونية وصادرت منها ماكانت مستخدمة في عملية تصنيع الأسلحة. بالإضافة إلى ذلك، ألقى القبض على اثنين من المشتبه بهم في تجارة وتصنيع الأسلحة وضبطت #أسلحة "كارلو" مصنعة ذاتياً.
الأسلحة المرتجلة والأسلحة عامة تعرض الجمهور #الفلسطيني للخطر. يقوم جيش الدفاع بحملة واسعة ضد حائزي ومصنعي الأسلحة في يهودا والسامرة. ادخلوا إلى المقال ... عرض المزيد

... المنسق ١٥ يناير ٢٠١٩

في هذه الاثناء تتم في #مجمع_الدوائر_الامنية بتل ابيب مراسم التسليم والتسلم لرئاسة هيئة الاركان العامة. حيث ينهي #رئيس_الاركان غادي ايزنكوت فترة ولايته ويسلم المنصب في قيادة الجيش لاقيف كوخافي رئيس الاركان ال 22 لدولة #اسرائيل. تهنينا وبالنجاح!



٣٣ تعليقًا مشاركة واحدة

٢٦٠

... افبخاي أدرعى - Avichay Adraee ٢٨ فبراير، الساعة ١٠:١٥ م

حين تموت الأوطان (عند البعض) ليحيا المجرمون والإرهابيون، عندنا جيشنا يموت، ويقدم أعلى ما عنده ليعيش #الوطن تحية إلى أبطال #جيش_الدفاع #إسرائيلي_وأفتخر



١,٣ ألف تعليقًا ٢٨ مشاركة

٢,٣ ألف

... افبخاي أدرعى - Avichay Adraee ٢٥ نوفمبر ٢٠١٨

هذا الشبل من ذاك الأسد رئيس هيئة الأركان، الجنرال غادي #ايزنكوت يلتقي #ابنه، العريف أول ج. خلال تمرين لوحدة #الكوماندو، لبضع دقائق من #أخوة_المحاربين، وحضن الأب لابنه. #عظمة_الأبوة



٦٤٦ تعليقًا ١٤ مشاركة

١,١ ألف



... المنسق ٧ أغسطس ٢٠١٦ - الميجر جنرال يوآف مردخاي

٤٥١ تعليقًا ١٦ مشاركة

١ ألف

مشاركة

تعليق

أعجبي



تركز عينات الفئة الأولى على أحد مضامين الخطاب الدعائي الإسرائيلي وهو الأداء العسكري الإسرائيلي، وذلك في محاولة لتعزيز القوة العسكرية الإسرائيلية، والتفاخر بالقادة الإسرائيليين، وتهدف هذه المضامين إلى خلق رهبة في النفس خاصة لدى الطرف الآخر الذي لا يملك ذات القدرة العسكرية، إلى جانب الأثر النفسي الإيجابي لدى الأفراد الإسرائيليين إذ يشعروهم هذا النوع من الاستعراض بالقوة والقدرة على النصر، تضمنت العينات التأكيد على مصطلحات خاصة بالقاموس العسكري الإسرائيلي، إذ يعبر عن جيشه "بجيش الدفاع أو قوات الأمن" ويخاطب الفلسطيني "بالمشتم به" ويصف أي فعل متصل بمحاولة المقاومة "بالأعمال التخريبية أو النشاطات الإرهابية"، ويصف الضفة الغربية "يهودا والسامرة"، ويعبر عن أدائه العسكري بـ "عمليات المداومة" وتبين ذلك من خلال العينة الأولى والثانية والثالثة، تسلط الفئة الأولى من العينات من كلا الصفحتين (أفيخاي والمنسق) الضوء على سيطرة الجيش الإسرائيلي على الجانب الأمني، وهو نقطة حساسة بالنسبة لإسرائيل يتم التعبير عن ذلك باستخدام مصطلحات مثل: حفظ الاستقرار أو الأمن أو مصادرة الأسلحة، إلى جانب تعابير تُبرز القدرات التي يتمتع بها الجيش، وأشير لذلك بصورة في العينة الرابعة لجندي يحمل منظاراً عسكرياً، ونص "لا يخفى شيء على

جيشنا". يعزز الإعلام التفاعلي الإسرائيلي من فخره بالجيش من خلال منشورات متكررة للجيش في الميدان، ونصوص تعبر عن تضحيته من أجل إسرائيل، حيث تجسد ذلك في نص العينة الخامسة من هذه الفئة "حينما تموت الأوطان عند البعض ليحيا المجرمون والإرهابيون، عندنا جيش يموت ويقدم أعلى ما عنده ليعيش الوطن". وأتبع ذلك بهاشتاغ #إسرائيلي- وأفتخر و#أبطال-جيش-الدفاع. يتم التفاخر بقيادة الجيش أيضاً وأولادهم المنضمين للجيش من خلال العينة السادسة والسابعة التي تضمنت تعريف الجمهور بقيادة الجيش مثل مردخاي وآينزنكوت ولفيف يوكافي وهم رؤساء هيئة الأركان الإسرائيلية. إلى جانب العينة الثامنة التي تمثلت بمشهد يحتضن فيه قائد في الجيش ولده، وأشار لذلك بنص "هذا الشبل من ذاك الأسد"، ختاماً، تؤكد آخر عينة أن الجيش الإسرائيلي أقوى جيش في الشرق الأوسط، إذ وصف بـ "منارة الشرق الأوسط" من خلال صورة تظهر فيها مقارنة بين الجيش قديماً وفي الوقت الحاضر، إذ أصبح بإمكانات عالية جداً بعدما كان بأعداد وعتاد قليل.

يتفق هذا الاستعراض الخاص بالفئة الأولى مع ما جاء به الدليل الإسرائيلي للحرية والأمن والسلام فيما يتعلق بالجيش وحق إسرائيل في الدفاع عن ذاتها "من حق الإسرائيلي الدفاع عن نفسه من أي خطر إرهابي أو صاروخي متعمد، ويقع العبء على الجيش الإسرائيلي لبذل كل ما بوسعه لتجنب وقوع إصابات في صفوف المدنيين" (Luntz, 2009)، و ينصح الدليل الإعلام الإسرائيلي باستخدام "لغة جديّة تعبر عن مدى جدية إسرائيل في الدفاع عن نفسها كدولة قوية تملك تفوقاً عسكرياً" (Luntz, 2009) علوة على ذلك، يفسر دليل الدعوة لإسرائيل -وهو مقدمة في الدفاع عن إسرائيل من خلال وسائل الإعلام- أن قوات الجيش الإسرائيلي تقوم بممارسة حق الدفاع عن إسرائيل. يعتبر الدليل أنّ من قتلوا من الأطفال هم ضحية مؤسفة نتيجة لوجود جماعات يصفها الدليل إرهابية فلسطينية، وفقاً للدليل، فإن وجود صور للجنود الإسرائيليين يصبون أسلحتهم على المدنيين وربما يقتلونهم، يعزز صورة الصهيونية القاسية، إلا أن الجمهور الفلسطيني عليه تفهم حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها، لا سيّما أن الفلسطينيين يؤطرون كل مطالبهم تحت مُسمى "حق" كالحق في العودة والحق في المقاومة من خلال تفجير أنفسهم ووضع العبوات الناسفة، والحق في القدس عاصمة شرقية لدولتهم. لذا يوضح الدليل ضرورة أن يكون الخطاب الإسرائيلي على دراية وإدراك بما يفعله الفلسطينيون لترويج الروايات الخاصة بحقوقهم والتي تُعتبر بحسب الدليل "ادعاء كاذبا يهدف إلى تدمير إسرائيل ويمكن توثيق ذلك على نطاق واسع باقتباسات من مصادر عربية ووثائق وآراء قانونية دولية" - (Ami Isseroff, Zionism- Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010)

الفئة الثانية: إظهار التعاطف الإنساني وتحسين صورة إسرائيل وجيشها



المنسق
١٢ فبراير ٢٠١٨

يقدم جنود #جيش_الدفاع المتواجدون عند معابر #يهودا_والسامرة يوميًا #المساعدات الطبية الطارئة للفلسطينيين الذين يتعرضون لحالات من الضائقة الصحية، وذلك اعتقادًا منهم بأولوية #الإنسانية. أما اليوم فقد دخل جنديان من جيش الدفاع سهوًا إلى مدينة #جنين حيث تعرضا لهجوم من جانب الفلسطينيين. وقرر بعض الفلسطينيين الذين تواجدوا في مكان الحادث، بدلاً من مد يد العون للجنديين ليتمكنوا من مغادرة المدينة بأمن وأمان، مهاجمتهما بصورة قاسية وغير إنسانية. أنظروا وقارنوا بأنفسكم..
#إلى_أين_اختفت_الإنسانية؟ عرض أقل



المنسق
١٩ أكتوبر ٢٠٢٠

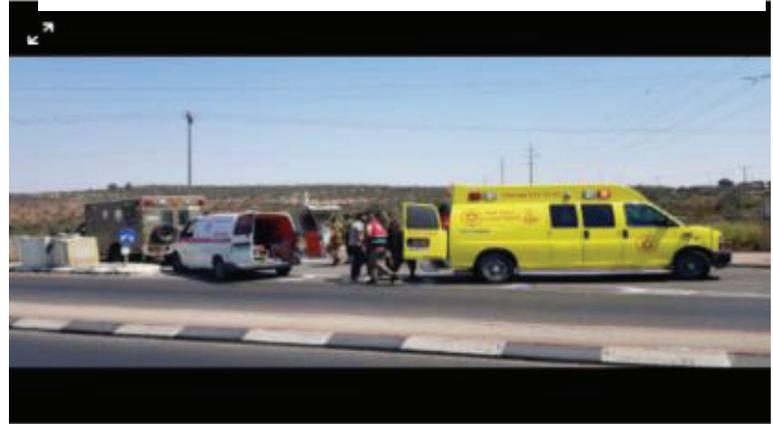
نرتدي #الكمامة - ننقذ #الأرواح

٢٣١ تعليقًا ١٤ مشاركة



أفيخاي أدري - Avichay Adraee
٥ أغسطس ٢٠٢٠

تتضامن دولة إسرائيل شعبًا، حكومةً وجيشًا مع دولة لبنان في المصاب الجلل، وبذلك تم إضاءة مبنى بلدية #تل_أبيت بالوان العلم اللبناني، عاكسة رسالة تضامن مفادها "قلبتنا معكن ونحن معكن"
#إنفجار_المرفأ
#من_قلبي_سلام_لبيروت



أفيخاي أدري - Avichay Adraee
٤ سبتمبر ٢٠١٩

وصل قبل يومين شاب فلسطيني إلى مفرق تمواح في منطقة #نابلس وقد جرح في ذراعه اليسرى من أسطوانة تقطيع حادة للعمل. وقد وصلت قوات #جيش_الدفاع إلى المكان حالًا وقدّمت له العلاج الطبي اللازم لإنقاذ حياته، ووقف التريف. ومن ثم نقله لطاقم الهلال الأحمر لاستكمال العلاج.
نتمنى له #الشفاء_العاجل... دبروا بالكم وقت العمل، وتوسّوا الحذر لأنّو صحتكم أهم ما تملكون.
#جيشنا_إنسانيتنا



تعبّر الفئة الثانية من العينات عن مضمون آخر وهو إظهار التعاطف الإنساني مع الفلسطينيين والعرب وتحسين صورة إسرائيل وجيشها، يظهر ذلك في العينات الأولى وحتى الثالثة من صفحة أفياخي ومن العينة الرابعة حتى السابعة من صفحة المنسق. بينت العينة الأولى أن إسرائيل تتعاطف مع اللبنانيين العرب الذين تعرضوا للمآسي بعد انفجار مرفأ بيروت الأخير في الرابع من آب ٢٠٢٠؛ تم إضاءة بلدية حكومة الاحتلال الإسرائيلية بالعلم اللبناني تعبيراً عن التعاطف، تؤكد العينة الثانية أن الجيش الإسرائيلي متعاون مع الفلسطينيين ويساعدهم في الظروف الجوية الصعبة؛ يظهر الجنود الإسرائيليون وهم يدفعون سيارة إسعاف فلسطينية علق في الثلوج، أما العينة الثالثة فتبين أن جيش الاحتلال يقدم المعالجات الطبية العاجلة للفلسطينيين الذين يصابون أثناء عملهم، أما صفحة المنسق، فقد أكدت من خلال منشور يظهر في العينة الرابعة على إنسانية جيش الاحتلال الذي ينقذ الأرواح، إذ عالج فتى حاول طعن جنود إسرائيليين "نعالج كل إنسان حتى لو كان إرهابياً جاء ليقتلنا" ووصف الفلسطينيين "بالإرهابيين الأذال". وأظهرت العينة الخامسة صورة لثلاثة جنود إسرائيليين يحملون السلاح ويرتدون الكمامات التي تحميهم من وباء العصر- كورونا المستجد، ووضع نص على الصورة مفاده "نرتدي الكمامات نمنقذ الأرواح" في إشارة لاهتمام الجيش الإسرائيلي بحياة الإنسان، هل من يحمل السلاح ليقتل ينجح بإنقاذ الأرواح بارتدائه الكمامات؟، تشير العينة السادسة للشعور بالآخر، إذ يحاكي جندي إسرائيل من وحدة الارتباط

والتنسيق الأمني، مُسنناً فلسطينياً يبدو عليه التعب ويوضح نص العينة أن الجندي حاول الحديث معه واستمع إليه ثم عاد لعمله. أما العينة الأخيرة من هذه الفئة فتحاول لفت النظر لحالة مقارنة لمجندة إسرائيلية تقدم المساعدة للفلسطينيين وأخرى تتعرض للاعتداء منهم، في إشارة لتركيز نظر المتلقي على إنسانية الجيش وتعرضه للأذى فداءً للإنسانية.

استُخدمت خاصية التفاعل (هاشتاغ) في هذه الفئة مثل #جيشنا-إنسانيتنا، #الإنسان-أولاً، و#ننقذ-الأرواح، و#من-قلبي-سلام-ليبروت، لاحظ أن اللهجة العامية العربية طغت على هذه الفئة وتمت الاستعانة فيها بالأغنية العربية وهي (من قلبي سلام لبيروت) هنا، وظفت اللهجة العامية العربية، ووظفت الأغنية العربية في مخاطبة المتلقي العربي لتسهيل إيصال الرسالة وكأن إسرائيل تعتبر نفسها من منظومة الدول العربية التي لم تخض حرباً ضد البلدان العربية يوماً ما.

يمكن أن نقرأ عينات الفئة الثانية من خلال ما جاء في الدليل الإسرائيلي للحرية والأمن والسلام إذ يوضح ضرورة إظهار التعاطف الإنساني مع العرب والفلسطينيين ويركز على الأطفال: " قدر الإمكان اجعل رهانات تحقيق السلام من خلال توفير مستقبل لكل الأطفال الفلسطينيين والإسرائيليين حيث يمكنهم العيش والنمو دون خوف دائم من الهجوم" (Luntz, 2009) وقد كرر الدليل ضرورة إظهار التعاطف من أجل تحسين صورة إسرائيل والجيش تحديداً بقوله "إن الهدف من الاتصالات المؤيدة لإسرائيل ليس مجرد جعل الأشخاص الذين يحبون إسرائيل بالفعل يشعرون بالرضا، الهدف هو كسب قلوب وعقول جديدة لإسرائيل دون أن تفقد الدعم الذي تتمتع به إسرائيل، عليك أن تفهم أن الإطار الذي ينظر إليه معظم الأمريكيين إلى إسرائيل أنها دائرة العنف المستمرة منذ آلاف السنين، وبالتالي عليك أن تنزع سلاحهم من شكوكهم قبل أن يكونوا منفتحين على تعلم حقائق جديدة عن إسرائيل" (Luntz, 2009). يساعد التعاطف بحسب الدليل على قلب أصعب الأسئلة والالتهامات الموجهة لإسرائيل، لا سيما في حال استشعار القبول والصلاحية لدى الطرف الآخر، وهذا بدوره يساعد رجل الإعلام الإسرائيلي بناء مصداقية لدى الجمهور والمتلقين. يتفق الطرح السابق مع ما جاء في دليل الدعوة لإسرائيل حيث ذكر أنه على المتحدث الإعلامي الإسرائيلي الانتباه على أن زيادة التعاطف مع الفلسطينيين يُعزى لزيادة التعاطف مع المُستضعف، ولكن ركز على كيفية عرض المشكلة للجمهور من خلال التركيز على الجماعات الإرهابية الفلسطينية المدعومة من ملايين العرب وذكر الجمهور بأن انتصاراتهم لم تعد مستحبة (Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010)، وهو ما تجسد في العينة الأخيرة.

الفئة الثالثة (التفرقة في التعامل مع حماس والشعب الفلسطيني وربطها بإيران):



افياخي أدرعى - Avichay Adraee

٨ يونيو ٢٠١٨

بينما ينعم قادة #حماس بأكثر وسائل النقل تطورًا، يعاني شعب #غزة من قسوة العيش ومزّ الحياة. فهذا للأسف ما يحدث عندما يكون "القادة" يعيدون كل البعد عن مصالح الشعب!
#حماس_تدمر_مستقبلكم
#مليونية_إيران



افياخي أدرعى - Avichay Adraee

١٣ يوليو ٢٠١٤

سنواصل ضرب حماس بحزم وبقوة.

٨,٢ ألف تعليق ٢٧٤ مشاركة

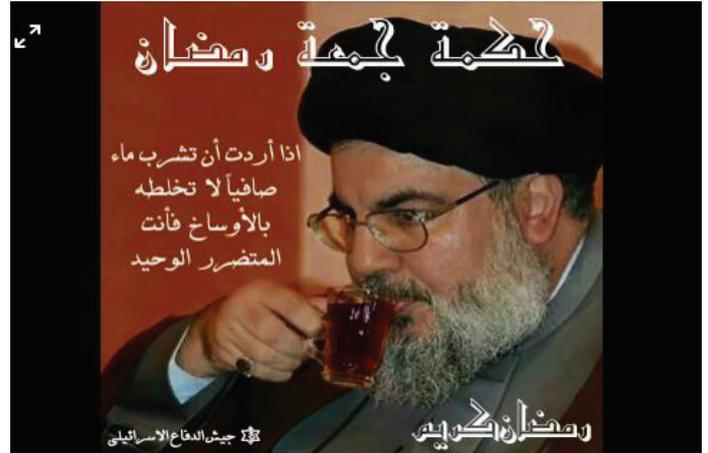
٦ آلاف



المسق
21 أكتوبر 2017

قادة حماس يذكرون الجميع من هو فعلاً الأمر والنهي في قطاع غزة

إن زيارة وفد حماس إلى #طهران، عاصمة إيران، برئاسة نائب رئيس المكتب السياسي للمنظمة الإرهابية صالح العاروري تدلّ الجميع على حقيقة، حتى قادة حماس لا يحاولون إخفاءها وهي أن نظام آيات الله الشيعي، والذي يجمع شعبه نحو 40 عاماً، هو الذي يدبر أمور #حماس_الإرهابية في #قطاع_غزة. إذا بالرغم من التطورات في الساحة الفلسطينية فإن قادة حماس، الذين ينهون بـ #الدعم_الإيراني، يستمرون في تلقي الأوامر من النظام الشيعي المتطرف الذي يطمح بدوره إلى تصدير ما يسمى بـ #الثورة_الإسلامية. ومن الذي سيدفع، في نهاية المطاف، ثمن طاعة #حماس العمياء إلى #إيران؟ جوابكم صحيح - سكان قطاع غزة. #حماس_وإيران_طنجرة_ولاقت_غطاها #حماس_تبيع_القطاع_لإيران_عرض_أقل



أفيخاي أدري - Avichay Adraee
26 يوليو 2013

جمعة مباركة للجميع. جمعة السلام والمحبة والاحترام. حكمة هذا الاسبوع تأتي متابعاً لقرار الاتحاد الاوروبي الذي ادرج حزب الله الارهابي على لائحة المنظمات الارهابية. حزب الله هو اداة إيرانية في المنطقة تسعى لفرض الهيمنة الايرانية على الدول المنطقة وخاصة على الدول المجاورة لاسرائيل.

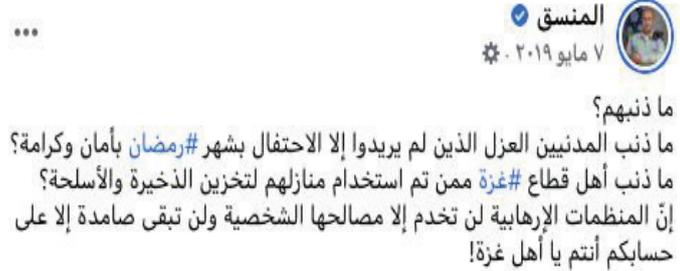


المسق
0 مايو 2019

أيها #الأولاد في #قطاع_غزة، من هو الذي لا ينتظر من بينكم قدوم شهر رمضان المبارك الذي من المفروض أن يبدأ هذا المساء؛ وهو شهر من الأجواء الاحتفالية ومن الكثير من الفعاليات للصغار والكبار، وهو أكثر الشهور قدسية من بين شهور السنة الهجرية.

غير أن المنظمات الإرهابية في قطاع غزة وحيث تكون منظمات #حماس والجهاد الإسلامي في مقدمتها، تدمر لكم انتم يا أولاد غزة، أجواء الشهر الفضيل وذلك من خلال الممارسات التصعيدية التي لا حاجة لها بل وأنها تمسّ بكم وبأفراد عائلاتكم.

أيها الأولاد في قطاع #غزة، إنكم تستحقون الاحتفال بشهر رمضان المبارك بأجواء من السرور والهناء وليس في ظل ممارسات المنظمات الإرهابية التي تعرضكم للخطر وللمس بكم! عرض أقل





توضح عينات الفئة الثالثة من الصفحتين (أفيخاي- المنسق) تركيز إسرائيل على حركة حماس ونشاطاتها في قطاع غزة، حيث تحملها المسؤولية الكاملة لما يحدث للمواطنين في القطاع، وتؤكد أنها تعرض حياتهم للخطر، وأنها مسؤولة عن عدم تأمين حياة جيدة لهم، تضمنت العينة الأولى صورة لطائرة حربية تحمل نصاً "مصممون على حماية البيت" أي إسرائيل، ورسالة تهديدية واضحة لحركة حماس بضررها بشكل "قوي وحازم". جاء في العينة الثانية مقارنة مباشرة بين قادة حركة حماس، وبين المواطنين الفلسطينيين من خلال صورة يظهر فيها هنية داخل طائرة، بينما تسير إحدى النسوة الفلسطينيات باستخدام حمار كوسيلة للنقل، ونص للصورة "القادة في نعيم والشعب في جحيم"؛ النعيم والجحيم مرادفات قرآنية ذكرت في سور مختلفة، إذ تعني الأولى (المعاني، 2021) راحة البال وحسن الحال والصحة، بينما الثانية مكان عذاب لا يُحتمل (المعاني، 2021) والمقصود به غزة، يبرر النص أن سبب المقارنة بينهما هو بعد قادة حماس عن مصلحة شعبهم، ولذلك ينعم هؤلاء القادة بما لا يتمتع به الشعب الذي يعاني من قسوة المعيشة. يشير النص لجملة "مصالح الشعب" والتي لا تتحقق وقادة حماس بعيده عنه، في محاولة للتحريض وللتفرقة بين المواطن والقيادة. تتفق هذه الفئة من العينات مع ما يُركز عليه الدليل الإسرائيلي

للحرية والأمن والسلام، حيث يوصي بضرورة تعامل إسرائيل مع حماس بصورة مختلفة؛ مبنية على سياسة التفرقة بينها وبين الشعب الفلسطيني "فرق بوضوح بين الشعب الفلسطيني وحماس، هناك فرق واضح بين التعاطف الذي يشعر به الأمريكيون تجاه الفلسطينيين والازدراء الذي يوجهونه للقيادة الفلسطينية- حماس منظمة إرهابية- الأمريكيون يفهمون ذلك" (Luntz, 2009)، في هذا الصدد تحديداً، يركز دليل الدعوة لإسرائيل على ضرورة تقسيم الإعلام الإسرائيلي للعدو، إذ "عادة ما يكون المدافعون عن مناهضة إسرائيل جزءاً من تحالف يؤمن بأن الدافع الحقيقي لوجود حماس أو حزب الله هو إبادة إسرائيل وليس السلام أو العدالة أو حل الدولتين" (Ami Isseroff, 2010) (Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010)

إلى جانب ما سبق، يتضح من العينات أن الحديث عن حماس مقرون بإيران التي تشكل خطراً على أمن المنطقة العربية بشكل خاص، وعلى الشرق الأوسط، وعلى تحقيق السلام بشكل عام، إذ يضيف دليل إسرائيل للحرية والأمن والسلام في القسم المعنون "حماس المدعومة من إيران عقبة أمام السلام" أن على رجل الإعلام الإسرائيلي تذكير الجمهور بأن حماس مدعومة من إيران ويُعرفها بأنها "منظمة متطرفة ليس فقط في نظر إسرائيل ولكن في نظر الشعوب الحرة في جميع أنحاء العالم، والأفضل من ذلك، اذكر أمثلة على كيف أن حماس بعيدة عن خطى شعبها وقم بإدانة قادة حماس حتى وإن كان ذلك على لسان قادة عرب أو فلسطينيين في فتح" (Luntz, 2009)، تجسد ذلك من خلال العينات الثالثة والرابعة والخامسة من هذه الفئة، إذ تضمنت العينة الثالثة حكمة خاصة بيوم الجمعة بناء على أحداث سياسية محيطة في المنطقة (لبنان) وكأن إسرائيل تقدم نصيحة في يوم ديني، تعيد فيه المتلقين بيوم الجمعة وتصفها "بجمعة السلام والمحبة والاحترام" وهي ثلاثة مفاهيم أساسية في الحياة المستقرة لأي شعب لا يخضع تحت الاحتلال. يعقب منشور العينة على قرار الاتحاد الأوروبي بوضع حزب الله من ضمن لائحة الإرهاب، ويوجه تحذيرات من خلال التعقيب نفسه بالإشارة للتهديد الإيراني- ممثلاً بحزب الله- المهيمن على الدول العربية المجاورة لإسرائيل، حيث أشير لذلك من خلال هاشتاغ #الأخطبوط- الشيعي في العينة الخامسة من هذه الفئة.

يظهر في الفئة الثالثة من العينات استخدام هاشتاغ التفاعل للتحريض على حركة حماس مثل #حماس-تدمر-مستقبلكم و#حماس-الإرهابية، في إشارة واضحة لتحميل حماس مسؤولية عن الإرهاب وعن ما يجري للفلسطينيين في قطاع غزة، ليس هذا وحسب بل ينصح الدليل دعوة الإعلام الإسرائيلي بتكثيف التحريض ضد حماس "طالبوا بحاسبة حماس على الظلم الذي ارتكبته بحق شعبها وخاصة الأطفال والنساء" (Luntz, 2009) وهو ما تجسد في العينة السادسة والسابعة، إذ

خاطب فيها (المنسق) أطفال غزة في العينة السادسة وتساءل عن الذنب الذي فعلوه ليقعوا تحت إرهاب حماس وسلطتها، وتؤكد لهم أن حماس تدمرهم وتحرمهم من ممارسة حياتهم الدينية والاجتماعية بشكل طبيعي. أما في العينة السابعة فقد نُشر مقطع فيديو لشبان فلسطينيين يتألمون على بيوتهم المهدامة من القصف الإسرائيلي، لكنه أُطّر رواية الفلسطينيين في الفيديو، بتوجيهها نحو الظروف السياسية السيئة الخاصة بأهل القطاع، من خلال اتهام حماس بما يحدث للمواطنين هناك. استخدم المنسق نص "ما ذنب الغزيين ليعيشوا بلا كرامة وأمان؟" و "ما ذنب الغزيين ممن تم تخزين الذخيرة والأسلحة في بيوتهم؟" "إن المنظمات الإرهابية لن تبقى صامدة إلا على حسابكم يا أهل غزة" وكأنه يحاول إظهار التعاطف الإنساني مع مصاب أصحاب البيوت المهدامة، دون التطرق للجيش الإسرائيلي الذي قصف تلك البيوت، بل بالتركيز وإبراز جانب الإرهاب المتسببة به حركة حماس، وإخفاء حقيقة أن إسرائيل احتلال "عليك أن تفترض عدم معرفة الجمهور بكل شيء، فلا معنى أن تقول للناس أن التفاوض مع حماس ليس جيداً لإسرائيل ولا يمكنه تحقيق السلام إذا لم يعرفوا ما هي حماس، إنهم لا يفهمون ما تهدف حماس إلى فعله أو ما الذي تفعله لتحقيق أهدافها" (Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010) ولذلك، يعنون دليل الدعوة لإسرائيل قسماً خاصاً "أخرجوا حماس من غزة" ويؤكد فيه أن حماس تنتهك حقوق الإنسان والحريات الاجتماعية والدينية والصحفية، ويدوس على حقوق المرأة والمثليين والمسيحيين "قادة حماس يطالبون بانتظام قتل اليهود وينكرون الهولوكوست ويطلقون عليها كذبة صهيونية واختراع، وبرامج حماس التلفزيونية تدعو الأطفال للتضحية من أجل الوطن، ولذلك إزالة حماس هو الأمل الوحيد في السلام" (Ami Isseroff, Zionism- (Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010)

امتازت هذه الفئة باستخدام الإعلام التفاعلي الإسرائيلي لأمثال شعبية عربية تستخدم للتعبير عن اتفاق جانبيين في الرأي والفكر وهي "وافق شن طبقة" في العينة الخامسة و "طنجرة ولقت غطاها" في العينة الرابعة، وذلك للإشارة لتوافق حماس وإيران معاً، إلى جانب دعم إيران لحماس وأشار لذلك من خلال هاشتاغ #الدعم-الإيراني في العينة الرابعة من هذه الفئة.

الفئة الرابعة: (ضرورة خلق وجه تشابه بين إسرائيل وأمريكا تحت مظلة محاربة الإرهاب):

أفياخي أدري - Avichay Adraee
٤ يوليو - ٢٠٢٠

عيد استقلال سعيد لحليفنا #أمريكا!
يحتفل اليوم حلفاؤنا الأمريكيون بحريتهم، التعاون الإسرائيلي-أمريكي أقوى من أي وقت مضى
وهذه الصور تعبر عن جانب فقط من هذا التعاون الاستراتيجي.
#عيد_استقلال_سعيد



أفياخي أدري - Avichay Adraee
١١ سبتمبر - ٢٠١٤

اليوم نتذكر أبشع عملية إرهابية عرفها التاريخ وفي مثل هذا اليوم عندما نشاهد الأعمال الإرهابية التي ترتكب من حولنا باسم مفاهيم ومعتقدات إجرامية مختلفة ندرك أن الإرهاب لا يفرق بين دين ودين وبين دولة وأخرى، الإرهاب هو الخطر الحقيقي والإرهابيون الذين يرتكبون أبشع الأعمال هم أعدائنا جميعا.

٣,٨ ألف
٣,٦ ألف تعليقات ٢٢٤ مشاركة

مشاركة تعليق أعجبتني

ألانسق - المنسق
٢٥ يونيو - ٢٠١٧

ممثلة #الولايات_المتحدة "نيكي هايالي" توضح للعالم حقيقة #حركة حماس الإرهابية والأضرار التي تسببها لاهل #قطاع غزة الأبرياء بعد عشر أعوام من سيطرتها عليه، حان الوقت لمعرفة الحقيقة!
عرض أقل

٢٨ تعليقا ١١ ألف مشاهدة
١٧٥

مشاركة تعليق أعجبتني



التالي

لجين عمران تتمنى أن تصبح جدة قريباً
بالعربي ET
منذ ١٥ ساعة ٤٥٠,٣ ألف مشاهد

الفنانة أريام لأول مرة تكشف قصتها مع حمود

أفياخي أدري - Avichay Adraee
١ ديسمبر - ٢٠١٧

مرحلة تاريخية جديدة في سلاح الجو الإسرائيلي: دخول الجيل الخامس من المقاتلات لأفعا وسهلا بمقاتلات #المقيم ١-35

أكملت مقاتلات #المقيم ١-35 اليوم مرحلة الاستعداد والتأهيل ودخلت الخدمة الفعلية في سلاح الجو الإسرائيلي، الذي يعتبر أول سلاح جو خارج الولايات المتحدة يقوم بتفصيل المقاتلات بشكل عملي بما يشكل عاملاً إضافياً في التعاون والهدنة الاستراتيجية الخاصة والطويلة بين #إسرائيل و#الولايات_المتحدة. يبرز تأهيل المقاتلات القدرات الفعلية والاستراتيجية لجيش الدفاع ويحسن استعداده لسناريوهات وتهددات متنوعة على الجبهات المختلفة.
#من_القطيع_إلى_الأعظم
عرض أقل

١٣ ألف
١٤ ألف تعليقا ٦٤ ألف مشاهدة

مشاركة تعليق أعجبتني





المنسق

٨ يونيو ٢٠١٧

من ليبيا إلى الولايات المتحدة العالم بأجمعه يرى كيف حماس الإرهابية تبني الأنفاق بدل المستقبل للغزيرين سفيرة #الولايات_المتحدة لدى #الأمم_المتحدة #نكي_هالي قامت اليوم بجولة في أنفاق #حماس الإرهابية وشهدت أم عينها كيف تسرق حماس كل شيء من الغزيرين - الكهراء ومواد البناء وتمنعهم من العيش بكرامة وكل ذلك من أجل قتل لإسرائيليين الأبرياء بدم بارد. لمكتوب على الجبين لا بد أن تراه العين

١٢٢ تعليقًا ٩ مشاركات

٣٢٣

...

المنسق

١٤ ديسمبر ٢٠١٧

ممنوع دخول الكلاب و #الأميركيين - لافتة تم تعليقها على مدخل دكان لـ #فلسطيني في مخيم #عقبة جبر في #أريحا. نحن مصدومون، بداية لأننا بشر وثانيًا لأننا #يهود ونذكر لافتات مماثلة عُلمت على أبواب دكاكين في المانيا النازية بسنوات الثلاثين من القرن الماضي ووجهت لأبناء شعبنا اليهودي. يا سكان #يهودا_والسامرة، هل تعون مدى الخطورة؟! استيقظوا!! هذا إثبات جديد لـ #التحريض_الفلسطيني والذي يذكرنا بتلك الأيام المظلمة. #لا_للتحريض #لا_للعنصرية

Jason Greenblatt

David Friedman - U.S. Ambassador to Israel



يكتمل خطاب إسرائيل الدعائي الخاص بمحاربة الإرهاب، إذ يركز على تحالفها مع الولايات المتحدة الأمريكية في مواجهة الإرهاب والقضاء على المنظمات التي تراها إرهابية في المنطقة، تبين من خلال الفئة الرابعة ربط القوة العسكرية الإسرائيلية بالدعم الأمريكي العسكري لإسرائيل. إلى جانب التأكيد على التعاون بين الجانبين للقضاء على الإرهاب ومحاصرته، تجسد ذلك العينة الأولى-الرابعة من صفحة أفيخاي، وفي العينة الخامسة-السابعة من صفحة المنسق، بينت العينة الأولى صورة لبرج التجارة العالمي في أمريكا والذي تعرض لهجوم "إرهابي" في الحادي عشر من سبتمبر، ونص "معاً لمحاربة الإرهاب"، أما العينة الثانية فتوضح تفاخر إسرائيل بالتعاون العسكري مع أمريكا وخاصة بسبب دخول المقاتلات الجوية التي أطلقت عليها إسرائيل اسم "#العظيم_35-F"، أشير للتعاون من خلال نص "أول سلاح يتم تفعيله خارج الولايات المتحدة الأمريكية بما يشكل عملاً في التعاون والعلاقة الإستراتيجية الخاصة والطويلة بين إسرائيل والولايات المتحدة"، تؤكد العينة الثالثة على التعاون العسكري مع أمريكا من خلال صورة تُظهر فيها التدريبات الميدانية بأسلحة أمريكية. أما العينة الرابعة فهي تهنئة خاصة من إسرائيل إلى أمريكا بمناسبة ذكرى استقلالها وتصفها "بالحليف" إلى جانب صورة للأسلحة الأمريكية ونص يُذكر المتلقي بأن "التعاون الإسرائيلي-الأمريكي أقوى من أي وقت مضى- وهذه صورة تعبر عن جانب واحد فقط من التعاون الإستراتيجي" وهي صورة لطائرة حربية كتب عليها LN309، تعبر العينتان الخامسة والسادسة عن دور الولايات المتحدة في الوقوف إلى جانب إسرائيل ونبذ حماس، إذ أكدت ممثلة أمريكا في مجلس الأمن (Nicky Haley) في العينة الخامسة أن بلادها تقف مع إسرائيل ضد

الإرهاب من خلال فيديو مدته ثلاث دقائق تصف فيه إرهاب حماس ودور إسرائيل في حماية أمن المنطقة، إلى جانب دعوتها لدول مجلس الأمن لاتخاذ قرارات لوقف دعم حماس ووضعها على لائحة الإرهاب، في العينة السادسة، تظهر Nikky Haley داخل نفق حفرة حماس واستولت عليه إسرائيل، إذ تعلق صفحة المنسق على ذلك بنص "من ليبيا إلى الولايات المتحدة الأمريكية العالم أجمع يرى كيف حماس الإرهابية تبني الأنفاق بدل المستقبل للغزيين"، تتبنى إسرائيل الدفاع عن التفرد الأمريكي من خلال مراقبة ردود فعل الشارع الفلسطيني، فتُظهر العينة السابعة أن أحد المحلات الفلسطينية علّق لائحة "Dogs and Americans are not allowed to enter" (لا يُسمح بدخول الكلاب والأمريكيين) والتي اعتبرها المنسق إهانة للشعب الأمريكي وتولى الدفاع عن ذلك من خلال منشور رفض هذه العبارة اعتبرها تحريصاً ضد حليف إسرائيل "هذا إثبات جديد للتحريض الفلسطيني والذي يذكرنا بالأيام المظلمة" وعن ذلك الأيام التي عانى فيها اليهود في ألمانيا من عبارات مشابهة- على حد تعبيره- .

يؤكد دليل إسرائيل للحرية والأمن والسلام على ضرورة خلق رجل الإعلام الإسرائيلي وجه شبه وتقارب بين أمريكا وإسرائيل في محاربة الإرهاب "ارسم أوجه تشابه مباشرة بين إسرائيل وأمريكا بما في ذلك الحاجة للدفاع ضد الإرهاب، ركز على أن أمريكا حليفاً مهماً في الحرب وأن إسرائيل تواجه التحديات نفسها التي تواجهها أمريكا لحماية مواطنيها" (Luntz, 2009). يشدد الدليل على ضرورة أن تكون اللغة الإسرائيلية الإعلامية لغة أمريكية تسلط الضوء على مفاهيم أساسية في الثقافة الأمريكية منها الديمقراطية، والحرية، والأمن، والسلام، إذ يوصى الدليل بضرورة تكرار هذه الكلمات وخاصة أن الأخبار الإيجابية عن إسرائيل لا تزال في العتمة (Luntz, 2009). يريد الدليل من الإعلامي الإسرائيلي أن يعيد تكرار التفرقة بين أي طرف فلسطيني وحركة حماس في حال الحديث عن تعاون مع أمريكا "فقط الأمريكي الأكثر عداء لإسرائيل والموالي للفلسطينيين هو الذي يتوقع أن تتفاوض إسرائيل مع حماس، لذلك عليك البحث عن شريك معتدل" (Luntz, 2009). أما دليل الدعوة لإسرائيل فيقول إن أحاديث السلام ومحاربة الإرهاب أمراً أساسياً في الخطاب الإسرائيلي "اربط الرسالة اليهودية أو الإسرائيلية بالقيم الغربية الديمقراطية وتحرير المرأة والتسامح الديني والتميز التقني" (Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010).

الفئة الخامسة: (التذكير بوجود الشعب اليهودي والدعوة للتعايش المشترك والتطبيع فلسطينياً وعربياً):



أفيخاي أدراعي - Avichay Adraee
8 أبريل 2013
شعب اسرائيل حي! عاش الشعب اليهودي! عاشت دولة اسرائيل! عاش جيش الدفاع الاسرائيلي!

أفيخاي أدراعي - Avichay Adraee
10 ديسمبر 2010
نحيي اليوم ذكرى عملية "البساط السحري" التي جرت في مثل هذا اليوم قبل 67 عاماً والتي جلبت 49 ألف يهودي من اليمن وأنقذتهم بالفعل من المعاناة الشديدة في اليمن. جيش الدفاع أثبت هذه المرة مثل مرات عديدة على مر التاريخ انه يصل الى أي مكان لمساعدة ومناصرة شعبنا في مواجهة ما تعرض له من قمع واضطهاد.

المنسق
4 ديسمبر 2019

#الذهب_الأحمر - من بيت لاهيا الى قطر والى دبي

قامت مديرية التنسيق والارتباط غزة اليوم بتنسيق نقل ما يقدر بحوالي ثلاثة أطنان من التوت الأرضي عن طريق معبر #كيرم_شانوم لتسويقها في أراضي #يهودا_والسامرة ولتصديرها الى خارج البلاد، ومن ضمن الدول التي سيتم تصدير التوت الأرضي اليها دولة قطر ودولة الإمارات المتحدة. يطلق على #التوت_الأرضي الفاخر من بيت لاهيا في غزة لقب "الذهب الأحمر" وفي هذه الأيام من موسم التوت الأرضي فإنه يشكل مصدر رزق لآلاف 1500 مزارع من #غزة يقومون بزراعة التوت على مساحة تقدر بحوالي ألفي دونم في شمال قطاع غزة. وحتى الآن صدرت من التوت الأرضي الى #خارج_البلاد عن طريق #جسر_اللدني وسوقت الى أراضي يهودا والسامرة عن طريق معبري بيتونيا وترقوميا مائة طن من التوت بحيث إن فرع التوت في غزة أخذ في التطور وهو أخذ في التحول الى ركيزة أساسية في الاقتصاد الغزي.



أفيخاي أدراعي - Avichay Adraee
27 ديسمبر 2020
علما الإمارات والبحرين بجانب العلم الإسرائيلي أمام حائط المبكى في اورشليم.. ما أجمل السلام!
قف معنا بالعربية Efrat Raelbrook StandWithUs Arabic



3,7 ألف تعليقاً 96 مشاركة

7 آلاف

مشاركة

تعليق

أعجبني

المنسق
٤ ديسمبر ٢٠١٧
شاركوا في #استفتاء_المنسق، هل تؤيدون التبادل الثقافي والفني بين الاسرائيليين والفلسطينيين؟

هل تؤيدون التبادل الثقافي والفني بين الإسرائيليين والفلسطينيين؟

بالتأكيد نعم

نعم، الفن هو جسر للسلام

لا يهمني

لا أؤيد ذلك



أفيخاي أدري- Avichay Adraee
٢٧ فبراير، الساعة ٧:٢٦ م
رياح السلام في منطقتنا دعفتنا في #عيد_عورييم (المساخر) إلى اختيار الآزياء العربية الأحب إلى قلوبنا، فاخترنا #مسيرة_السلام قائلاً لتتكررت #تكبير_شفتونا؟



١,١ ألف تعليق ٢١ مشاركة

١,٥ ألف

المنسق
١٣ مايو ٢٠١٩
توزيع التهانى بمناسبة حلول شهر #رمضان_المبارك من قبل قوات الأمن في #معبّر_جلمة والبوابات الزراعية في منطقة #جنين



أفيخاي أدري- Avichay Adraee
٢٣ فبراير، الساعة ٩:٢٩ م
التعاشيش في #إسرائيل يتجسد بأشكال عدة، وفي #جيش_الدفاع اختصره جندي واحد، #تعرفوا على محمد يائير 😊



٨٤٤ تعليقًا ٤٣ مشاركة

١,٨ ألف



المنسق

٢٧ أبريل ٢٠١٦

"ما يهمني أكثر من الماضي هو المستقبل، حيث أنني أنوي العيش فيه".
البيروت أينشتاين.

٧ تعليقات

١١٩

مشاركة

تعليق

أعجبتني

Avichay Adraee - افياخي أدريعي
١٤ نوفمبر ٢٠٢٠
سوق السلام في دبي.
الله يبارك فيكم



المنسق
٣٠ أكتوبر ٢٠٢٠
اللغة جسر يتم من خلاله العبور فوق نهر سوء التفاهم) هكذا يقول لطاغم المنسق الحاخام تساحي فنتون من سكان بلدة إلكنا غربي سلفيت وهو يهدف إلى تعليم اليهود العربية والعادات والتقاليد الاسلامية من أجل معرفة جيرانهم الفلسطينيين. لذلك فقد انطلق بمشروع يسمى بـ "حكمة الأسبوع" يشرح من خلالها عن التوراة باللغة العربية مثبتًا بذلك بأن هناك الكثير من الأمور المشتركة بين الأديان. #شاهدوا!



غير ما أنا بصلي أنا بقعد ع الكرسي وهو يرقع على الأرض

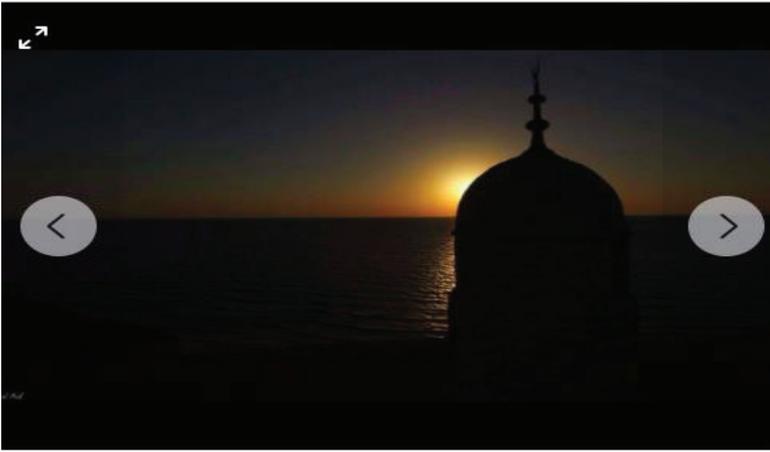
١٧٦ تعليقًا ٥٢ مشاركة

١,٩ ألف

مشاركة

تعليق

أعجبتني



المنسق

٢٥ سبتمبر ٢٠١٦

إبدأ يومك بالتسبيح للخالق، فهو القادر على كل شيء. من مسجد "سيدنا علي" على شواطئ #هرتسليا حيث تتعانق #الأديان لتسبيحه تعالى- نوجه لكم ألف تحية.

٨٠ تعليقًا ٤ مشاركات

٤٤٤

مشاركة

تعليق

أعجبتني



المنسق
٤ يوليو ٢٠١٦ -
قيمتنا أسس سلوكياتنا والدافع الرئيس لمهامنا
#وحدة_التنسيق_والارتباط #نهاركم_سعيد

٤١ تعليقاً مشاركاً

١٩٦

مشاركة

تعليق

أعجبتني

المنسق
١٦ أغسطس ٢٠١٧ -
الإصغاء وسيلة التفاهم والتفهم آلية التعايش .. من جنود وضباط #وحدة_التنسيق صباح الخير



١٣٥ تعليقاً ٣ مشاركات

٨٨٢

مشاركة

تعليق

أعجبتني

يتبين من خلال عينات الفئة الخامسة اهتمام الخطاب الدعائي الإسرائيلي بالحديث عن الشعب اليهودي والدعوة للتعايش بكل أشكاله، إلى جانب الدعوة للتطبيع فلسطينياً وعربياً، تظهر العينة الأولى نجاح إسرائيل في تخليص الشعب اليهودي من المآسي والعذاب الذي عانوه في اليمن كدولة عربية، إذ أشارت العينة لاستقطاب أكثر من تسعة وخمسين ألف يهودي من اليمن في إشارة لعدوانية الشعب العربي. أما العينة الثانية من هذه الفئة تتحدث عن تعظيم الشعب اليهودي ودولة إسرائيل وجيشها، من خلال عبارة "شعب إسرائيل حي! عاش الشعب اليهودي! عاشت دولة إسرائيل! عاش جيش الدفاع الإسرائيلي"، لاحظ أن هذه العبارة تختصر كل ما تقوم عليه دولة الاحتلال؛ إذ إنها قامت على استقطاب اليهود من أنحاء العالم كافة، ولذلك فهي تؤكد أنه حي بمعنى موجود ومُتكاثر، ويُحي دولة إسرائيل وشعبها بعد أن نجحت في تجميع أكبر عدد منه من الشتات، والجيش الذي يُعطى دوماً بعداً سياسياً وعسكرياً ومعنوياً عميقاً بالنسبة للإسرائيليين أنفسهم، وبالنسبة لأي جمهور عربي أو دولي. حيث يجب أن يتكون لديهم صورة عن عظمة هذا الجيش واعتماد إسرائيل عليه في الحفاظ على وجودها. لاحظ أن هذه العبارة أيضاً عبرت عن معضلة الهوية لدى إسرائيل إذ لم تتوصل لقرار بتحديد هويتها إعلامياً؛ هل هي قائمة على الدين أم لا؟ ولهذا عظمت العبارة الشعب اليهودي والإسرائيلي، أما العينات الثالثة والرابعة فتركز على التطبيع الإسرائيلي-العربي في الأعوام ٢٠١٩ و ٢٠٢٠ حيث أظهرت العينة الثالثة التبادل التجاري الذي تشهده دول الخليج العربي بعد توقيع اتفاقية السلام مع الإمارات والبحرين، إذ علقت الأعلام الإسرائيلية في الأسواق الخليجية، إلى جانب العينة الرابعة التي أكد المنسق فيها من خلال صورة للتوت البري الغزي على تصديرها للإمارات وقطر، وقد عبر الإسرائيليون عن فرحتهم بهذا الاتفاق، ففي صورة العينة

الخامسة يحمل الإسرائيليون أعلام الدول المُطبَّعة في ساحة حائط البراق وأشير إليه بمصطلح يهودي " حائط المبكى ". إضافة لذلك، تمثل العينة السادسة دعوة للتعايش الثقافي حيث ظهر مجموعة إسرائيلييين بلباس ذي صبغة عربية في عيد يهودي "يُسمى المساخر"، ومن خلال العينة السابعة والثامنة، تظهر دعوة للتعايش الفني إذ تحاول كلا الصفحتين (أفيخاي والمنسق) التركيز على انتقاء أغاني عربية طربية وتتساءل من خلال منشوراتها، عن رغبة الجمهور الفلسطيني في التبادل الفني الذي اعتبر حسب تعبيرهم " جسر السلام " بين الإسرائيليين والفلسطينيين. لم يكتفِ الخطاب الدعائي بذلك فقد طالب بالتعايش الديني الذي اتضح من خلال فيديو في العينة التاسعة والذي عبّر فيه أحد الإسرائيليين الذين أتقنوا العربية، بأن لا بد من وجود تعايش وحوار وزيارات متبادلة بين الفلسطينيين والإسرائيليين ولا مانع من ذلك كون لكل دين خصوصيته. إلى جانب صورة المسجد في العينة العاشرة والتي تضمنت نص يدعو المتلقي للتسبيح، بالوصول إلى العينات الحادية عشرة والثانية عشرة والثالثة عشرة، يتضح محاولات إظهار نجاح التعايش بين الفلسطينيين والإسرائيليين عبر أداة الاتصال وهي "الجيش الإسرائيلي" الذي ظهر متفهماً للفلسطيني الفلاح والعامل والطفل، حيث يظهر جندي إسرائيلي يتحدث مع فلاح في أرضة وتم التعبير عن ذلك بعبارة " الإصغاء وسيلة التفاهم والتفهم آلية التعايش " إلى جانب صورة لجندي يتحدث لمسّن وتم التعبير عن ذلك بنص "التعايش مبادئ تأتي في صلب نشاطاتنا". لاحظ أن العينة الأخيرة تعبر عن التعايش من خلال صورة لأحد قادة الجيش وهو يحدث طفلاً فلسطينياً بجانب جدار الفصل العنصري، ووضع اقتباس لتينشتاين يقول " ما يهمني أكثر من الماضي هو المستقبل، حيث أني أنوي العيش فيه". هنا، يبرز الخطاب الدعائي الإسرائيلي فيما يخص التعايش مع الجيش الإسرائيلي والذي يُمثل المُحتل، بمعنى التعايش مع الاحتلال وهو الهدف الأهم- بالنسبة لإسرائيل- من بين كل أنواع التعايش التي تدعو لها في خطابها الدعائي. لذلك تعمل إسرائيل بحرفية على هذا الجانب، تحديداً من خلال الحديث عن جنود عرب مسلمين ومسيحيين يخدمون في الجيش الإسرائيلي؛ قد تبين ذلك في العينة الرابعة عشرة والتي تحدث فيها أحد الجنود المسلمين عن خدمته في الجيش، إذ عبر أفيخاي أدري عن ذلك بنص " في إسرائيل يتجسد التعايش بأشكال عدّة". إلى جانب العينة الخامسة عشرة والتي تظهر جنود الاحتلال وهم يوزعون بطاقات معايدة على الفلسطينيين العابرين عن طريق الحواجز العسكرية بمناسبة شهر رمضان، وفي ذلك دلالة واضحة على التحكم الأمني والعسكري بالفلسطينيين ويتجسد ذلك بالخيار الوحيد للفلسطينيين بإجبارهم المرور من تلك الحواجز وفي ذات الوقت، يحاول الجنود إظهار التعايش بعيداً عن رمزية الاحتلال المتجسدة في السلاح الذي يحمله الجنود في الصورة.

يتفق مضمون التعايش مع ما وضعه الدليل الإسرائيلي للحرية والأمن والسلام حول ضرورة تركيز الإعلام الإسرائيلي على المستقبل وليس الماضي " إن قضاء وقت في التحدث عن الماضي وإعطاء الجمهور درساً تاريخياً عن خرائط إسرائيل سوف يجعل جمهورك ينام- تذكر التواصل ليس اختباراً لمن يمكنه تذكر معظم الحقائق، بل يريد المستمعون رسائل بسيطة تجيب على سؤالهم الصامت: ماذا يوجد في بلدي ولأدعم إسرائيل " (Luntz, 2009). إلى جانب ذلك، يقدم الدليل نصيحة هامة لرجل الإعلام الإسرائيلي بالتركيز على عبارات هامة جداً منها " الاحترام المتبادل " و " العيش معاً جنباً إلى جنب بسلام " لكل من الإسرائيليين والفلسطينيين الحق في " و " التعاون والتسوية " (Luntz, 2009)، تندرج العبارات السابقة ضمن مفهوم "التبادلية- Mutuality" والذي يخدم المناشدات والإضافات الإنسانية والتعاطف بين الإسرائيليين والفلسطينيين لخلق حياة أفضل للشعبين (Luntz, 2009). أما دليل الدعوة لإسرائيل فيؤكد على أهمية التركيز على القضية الجوهرية وهي اعتراف العرب باليهود وحقهم التاريخي في الأرض وحقهم في تقرير المصير، إذ يجب التركيز على المناصرة الاستباقية لإسرائيل مع تجنب ذكر أن الإسرائيليين صهاينة " القضية هي ما إذا كان الشعب اليهودي موجوداً أم لا وله الحق في وطن قومي لليهود في إسرائيل " (ص9) إلى جانب التأكيد على ضرورة إقناع النشطاء المناهضين لإسرائيل في العالم أن إسرائيل ليست احتلال، إذ يقول الدليل بكل صراحة عن تلك الحجة " علينا إعادة صياغة المناقشة " (ص9) لقبول الصهيونية كحركة شرعية. (Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010).

الفئة السادسة: (الدعوة لوقف التحريض والمقاومة وربط ذلك بازدهار الاقتصاد الفلسطيني):

... المنسق ١٨ أكتوبر ٢٠١٨

إرهاب الحجارة يشوش حياة السكان!
في أعقاب ازدياد ظاهرة **#رشق الحجارة** في الآونة الأخيرة بضواحي قرية بيت عور التحتا تم يوم أمس نصب لافتات توضيحية للسكان. شاهدوا قائد مكتب التنسيق والارتباط **#رام الله** يتحدث عن الموضوع: <https://bit.ly/2AgxQu0>



وذلك من جراء رشق الحجارة والزجاجات الحارقة باتجاه السيارات على الشارع الرئيسي 443

٤٢ تعليقًا ٣ مشاركات ٢٤٤

مشاركة تعليق أعجبي



... افياخي أدرعى - Avichay Adraee ١٤ مايو ٢٠١٨

حاولتم المساس بأمن دولة **#إسرائيل** أو الاقتراب من **#السياح_الأممي**، سنكون بم بالمرصاد، لا تحاولوا فعلن ذلك حفاظًا على أنفسكم!
أعذر من أنذر
يوم **الوكسة** **#حماس** هي نكتبكم مسيرة **الفوضى**

١ ألف تعليقًا ٦١ مشاركة ١,٢ ألف

... المنسق ١١ فبراير ٢٠١٨

حملات إزالة المنع الأمني مستمرة وبشباط

في الآونة الأخيرة نشهد ارتفاع كبير بعدد الحملات لازالة **#المنع_الأمني** عن السكان في يهودا والسامرة كما نوبن على الخارطة فمما بحملات في اتجاه **#يهودا** و**#السامرة** من الشمال إلى الجنوب وسنستمر بتلك الحملات من أجل السكان وهذا ليستطيعوا ان يعملوا ويتحولوا في إسرائيل، فالاستقرار يولد الازدهار وكلما ساء الهدوء ستمتدح بالعمل من أجلكم

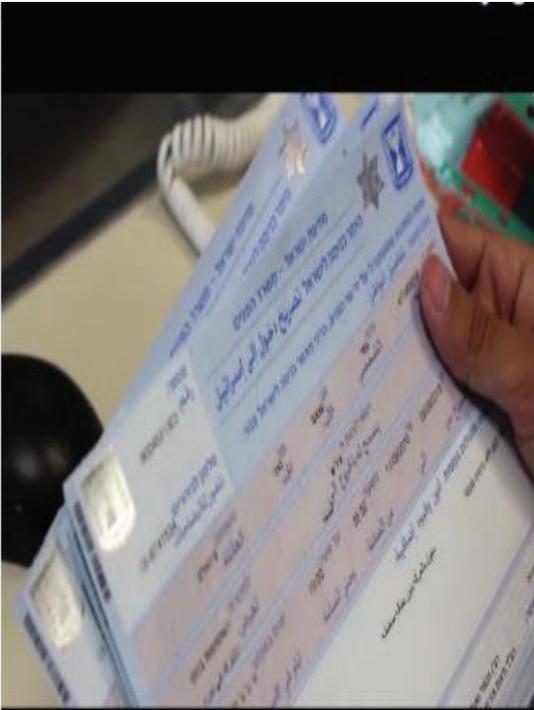
• يوم الثلاثاء 18/02/13 ستمت حملة في مكتب التنسيق والارتباط بالبلد لازالة المنع الأمني عن سكان قرية مادعا وروجيب بين الساعات: 09:00 - 15:00

• في مكتب التنسيق والارتباط "بيت لحم" ستمت حملة لازالة المنع لمكان مخيم العروب (في الخليل) يوم الثلاثاء 18/02/13 بين الساعات: 09:00-14:00

#الاستقرار_يولد_الازدهار
قد العمل من أجلكم
عرض تلقى

٢١ تعليقًا ٥١ ألف مشاهدة ٥٤

مشاركة تعليق أعجبي



... المنسق ١٤ أكتوبر ٢٠١٨

اللة من وزير الدفاع إلى سكان غزة:
ولة **#إسرائيل** كانت مستعدة لتحسين الاوضاع المدنية في **#قطاع_غزة**، لكن قرار قيادة منظمة **#حماس** الإرهابية استخدام العنف، وفي ذات اليوم الذي أدخلت فيه حاويات السولار إلى القطاع، إلى وقف تزويد **#القطاع** بالوقود.
سؤولية لتدهور **#الوضع_الإنساني** في **#غزة** تقع على عاتق منظمة **#حماس** الإرهابية فقط.
ندكم يا **#سكان_غزة**: اعملوا ضد القيادة المتطرفة، والتي تتخذكم رهائن لخدمة ملالي **#إيران**."



٧٩٢ تعليقًا ٢٤ مشاركة ٢,٢ ألف

أفياخي أدراعي - Avichay Adraee
٢٥ يوليو ٢٠١٧

الرسالة الوحيدة التي يجب إيصالها للأطفال هي رسالة العلم والثقافة. فالعقول النيرة تبني مجتمعات راقية وخالية من العنف. ولتحقيق ذلك، يجب أن تكون القيادات قيادات حقيقة قولاً وفعلًا، وليست قيادات إرهابية تبني المجتمع على مبادئ الإرهاب والجهل والتخلف.
#ماتكونجاهل_إتعلم



أفياخي أدراعي - Avichay Adraee
١٢ مارس ٢٠١٦

الإرهاب وأثاره السلبية أو كيف تضر الاعتداءات التخريبية التي يرتكها فلسطينيون محرضون على الاقتصاد المحلي؟

٢٢٤ تعليقًا ٩ مشاركات

مشاركة تعليق أعجبني

المنسق
١٠ فبراير ٢٠١٩

حملات رفع #المنع الامني تقام بين الفينة والاخرى في انحاء #يهودا والسامرة من أجل منح أكبر عدد من الفلسطينيين الفرصة والامكانية للدخول الى #إسرائيل وإيجاد عمل وكسب الرزق بشرف. طاقم #المنسق تواجد في مكتب التنسيق والارتباط #بيت لحم خلال حملة لرفع المنع الامني لسكان #مخيم عايدة و #بيت جالا، استمع منهم عن اهمية الحملة من ناحيتهم، وأعد لكم التقرير التالي:
<http://bit.ly/2I5S2Vv>



المنسق
١٧ أغسطس ٢٠١٨

في العام 1992 عمل أكثر من 90 الف عزي في #إسرائيل بشكل يومي، ومنذ ذلك الحين الأرقام في انخفاض الى ان وصل الرقم الى الصفر السبب بسيط: التنظيمات الإرهابية ونشاطاتها تزعرع #الاستقرار وتضرر #الاقتصاد الفلسطيني.
يا سكان #غزة، الخيار بيدكم، #الإرهاب أو #الازدهار الاقتصادي



٢٨٨ تعليقًا ٢٣ مشاركة

١,٩ ألف أعجبني

هذا بلال
بلال يريد أن يكون مشهوراً
ويحلم ان يحصل على جائزة نوبل للسلام

بلال مش ارهابي
بلال ذكي
كن مثل بلال

Avichay Adraee - افبخاي أدري -
٢٢ يناير ٢٠١٦

لا زلت في مقنبل العمر والمستقبل أمامكم. كونوا فخراً لأهانتكم ببناء مستقبل زاهر إلى جانبهم، شاركوا في صناعة الحياة، فالإرهاب طريق ظلام لا تجعلوه طريقكم.

١,٧ ألف تعليقاً ١٨٠ مشاركة

المستقرة العشاقية بين #مش يطة، فكيف كانت ستعامل في الدول العربية؟

#عهد التميمي خير مثال على #التحريض والخرافات فالواقع يبقى واقفاً ليشهد العالم العربي هذه المرة على أفعالها ومعاملة #جيش الدفاع العادلة معها بشكل لا يعرفه المحرّمون والجناء، شاهدوا الحقيقة. عرض الفن

مشاهدة المزيد من مقاطع الفيديو الأصلية من: **Aij Tik**

انتقال

٥,٧ ألف ٥١ ألف تعليقاً ٢٦٦ مشاهدة

التعليق التعليق المشاركة

التالي

مداخلة أسطورة للفرق

عهد التميمي
ترمي الحجارة

هل تعلم؟

103,745

عامل فلسطيني بأجر إسرائيلي

الإستقرار مصلتكم

التصعيد ضدكم!

#الإستقرار_مصلتكم

Avichay Adraee - افبخاي أدري -
١١ ديسمبر ٢٠١٧

أكثر من #مئة ألف عامل فلسطيني يعمل داخل #إسرائيل ليتلقى معاشه منها... الأمر الذي نفتخر به ونطمح لتطويره كل الوقت لأنّ الجار الصالح يجلب البركة.. إعمل لتجتي، ولا تسيئ لجيرانك

يتعمد الخطاب الإسرائيلي خلق علاقة بين الحاجة للتعيش وازدهار الاقتصاد الفلسطيني، بوقف المقاومة والتحرير، يظهر ذلك من خلال عينات الفئة السادسة والتي ركز فيها الخطاب الإسرائيلي على استخدام أسلوب التهديد المباشر، إذ بينت العينة الأولى من صفحة أفيخاي أدري صورة لقناص إسرائيلي عليها عبارة "لقد أعذر من أنذر" ونص يهدد الفلسطينيين بأنهم "إن حاولتم المساس بأمن إسرائيل سنكون لكم بالمرصاد/ لا تحاولوا أن تفعلوا ذلك حفاظاً على سلامتكم"، كما أظهرت العينة الثانية من صفحة المنسق حديث أحد قادة الجيش الإسرائيلي عن نشاطات الجيش الأمنية في مناطق الضفة الغربية لمنع رمي الحجارة، إذ أكد أن إسرائيل بذلك تحافظ على استقرار المنطقة وازدهارها، تبيّن من خلال العينة الثالثة من صفحة المنسق رسالة تهديد من وزير الدفاع الإسرائيلي، بقطع تقديم الخدمات ووقف إدخال السولار لغزة بعد استخدامه من قبل حماس والغزيين لأغراض المقاومة وليس للاستخدام الحياتي الطبيعي "دولة إسرائيل كانت مستعدة لتقديم الخدمات الإنسانية لقطاع غزة لكن قرار منظمة حماس الإرهابية، استخدام العنف وفي ذات اليوم الذي أدخلت فيه حاويات السولار إلى القطاع، أدى لوقف تزويد القطاع بالوقود"، وصف خطاب إسرائيل الدعائي من يرفضون الاحتلال أو يقاومونه "بالمشغبين والمستفزين" ناهياً عنهم صفة "البطولة" وقد ظهر ذلك من خلال العينة الرابعة من صفحة أفيخاي أدري التي أظهرت استهزاء الخطاب الإسرائيلي بعهد التميمي، التي صفت أحد جنود الاحتلال على وجهه، ولذلك وصفها "بالمحرضة، المشاغبة"، والتأكيد على عدالة جيش الاحتلال في التعامل معها وهو ما لا يعرفه الجمهور - على حد وصف الخطاب-. تباين الخطاب في هذه الفئة بين التهديد أو المباشرة، أو الاستلطاف من خلال الأسلوب الكوميدي الذي ظهر في العينة الخامسة من صفحة أفيخاي أدري عبر صورة كُتبت عليها "هذا بلال، بلال مش إرهابي، بلال ذكي، كن مثل بلال"، إلى جانب الخطاب المبني على النصيحة "لا زلتم في مقتبل العمر والمستقبل أمامكم، كونوا فخرًا لأمهاتكم، شاركوا في صناعة الحياة فالإرهاب طريق ظلام لا تجعلوه طريقكم". تبيّن العينة السادسة من صفحة أفيخاي أدري التي قدم فيها الخطاب الإسرائيلي نصيحة من أجل الانشغال في التعلم والتخلي عن المقاومة والعنف اللذين ربطهما الخطاب الإسرائيلي بـ "الجهل والتخلف" إذ تظهر صورة لطفل فلسطيني مُلثم، ونص "ما تكون جاهل اتعلم"، يتوافق مضمون العينات في هذه الفئة مع ما ناقشه دليل الدعاية لإسرائيل حول "العقوبة الجماعية- collective punishment" والتي تقول "لا يجوز معاقبة أي شخص محمي عن مخالفة لم يقترفها شخصياً"، تحذر العقوبات الجماعية وبالمثل جميع تدابير التخويف والإرهاب" (Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010) يُناقش الدليل أن التعريف لا يمكن أن يقصد عدم اتخاذ إجراءات عقابية بحق

من يشكل خطراً على إسرائيل ، ولذلك قد تبين من خلال العينة الثالثة وجود عقاب جماعي لأهل القطاع على الرغم من أنهم لم يشاركوا جميعاً في توظيف السولار لأعمال أخرى إلى جانب ذلك، فإن الدعوة لوقف التحريض مبني على سياسة بث شعور عدم توفر الأمان للفرد اليهودي "اليهود دائماً في خطر في العالم الواسع، فقط في الدولة التي تمنحهم امتيازاً عرقياً ودينيّاً، يمكن أن يكونوا في مأمن من الاضطهاد" (Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010). إضافة إلى تمسك إسرائيل بقاعدة أن الأرض هي وعد الله لهم وبالتالي يركز الدليل على ضرورة لجوء رجل الإعلام للتأكيد على سيطرته على الأرض وحمايته لها "لقد أعطى الله هذه الأرض لليهود وطلب منهم حماية أنفسهم من الأمم الذين يكرهونهم ومن ثم إن جعل إسرائيل دولة غير يهودية من شأنه أن يجازف بتحدي الله نفسه" (Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010)، من جانب آخر، يوصي دليل إسرائيل للحرية والأمن والسلام رجل الإعلام الإسرائيلي بالتركيز على مسألة وقف التحريض من خلال قاعدة "يأس الفلسطينيين المضطهدين" وهو المبرر الذي يؤطر من خلال تنفيذ هجمات ضد الجنود الإسرائيليين سواء بالطعن أو الدعس أو رمي الحجارة "لا يوجد أبداً أي مبرر للذبح المتعمد للنساء والأطفال الأبرياء، إن الهدف الأساس للعلاقات العامة الفلسطينية هو ما يدفعهم للخروج وقتل الأطفال ويجب الطعن في ذلك بقوة وبشكل مباشر" (Luntz, 2009) ويعبر ذلك عن محاولة لتفهم الحالة النفسية الفلسطينية الناتجة عن الفشل السياسي الداخلي.

يتضح من العينات السابعة والثامنة والتاسعة في هذه الفئة، أنّ خطاب إسرائيل قائم على ربط النشاط المقاوم أو السياسي مع تراجع الاقتصاد الفلسطيني، إذ تظهر العينة السابعة بالأرقام حقيقة تلقي ١٠٣٧٤٥ عاملاً فلسطينياً، أجراً إسرائيلياً، استُخدم الشعار "التصعيد ضدكم" في إشارة لحرمان الشعب الفلسطيني من فرصة العمل داخل إسرائيل، بيّنت العينة الثامنة أن سبب تراجع الاقتصاد وعدد العمال الغزيرين في إسرائيل، هو المنظمات الإرهابية والمقصود حماس أو الجهاد الإسلامي، خير الخطاب الإسرائيلي للجمهور الفلسطيني بين العمل أو الحرمان من التقدم الاقتصادي "يا أهل غزة الخيار بيدكم، الإرهاب أو الازدهار الاقتصادي". أما العينة التاسعة فقد سلطت الضوء على اقتصاد الضفة الغربية من خلال صورة لمقاوم فلسطيني ووصف يعتلي الصورة "اقتصاد الضفة ينزف بسبب الإرهاب: تجارة، عمل، سياحة، صناعة، زراعة".

تُقرأ العينات الأخيرة في ظل ما جاء به دليل إسرائيل للحرية والأمن والسلام، إذ يطلب من الإعلام ربط الحالة السياسية بالاقتصاد "يتطلب تحقيق علاقات سلمية قيادية - سياسية، وتجارية، وعسكرية - من كلا الجانبين، ولذا نطلب من الفلسطينيين أن يتوقفوا عن استخدام لغة التحريض،

توقف عن استخدام لغة العنف، توقف عن استخدام لغة التهديدات، لن تحقق السلام إذا تحدثت قيادتك العسكرية عن الحرب، لن تحقق السلام إذا تحدث الناس عن دفع الآخريين إلى البحر أو الصحراء " (Luntz, 2009)، يقول الدليل أن رجل الإعلام الإسرائيلي عليه ربط الخطة السياسية بالخطة الاقتصادية حيث أن الأخيرة حجة قوية جداً حتى تسمح بالحديث عن التأخر في تنفيذ الحل السياسي، فمثلاً يقول الدليل "وازن بين إزالة الحواجز الإسرائيلية ووجود حركة أمنية مع الجانب الفلسطيني بشكل أكبر، كل عمل إيجابي بدءاً من الوظائف يؤدي إلى فعل إيجابي آخر، لذلك فبدلاً من دائرة العنف لدينا دائرة الأمل" (Luntz, 2009) بحجة تحسين حياة الفلسطينيين إن أوقفوا التحريض، وهو ما ظهر في العينة العاشرة من خلال صورة لتصاريح إسرائيلية ونص يؤكد من خلاله الخطاب الدعائي أن الهدف من حملات إزالة المنع الأمني "من أجل السكان ليستطيعوا العمل والتجول في إسرائيل فالاستقرار يولد الازدهار وكلما ساد الهدوء سنستمر بالعمل من أجلكم". أما العينة الحادية عشرة حيث ظهر فلسطينيون في فيديو يؤكدون فيه على رغبتهم في العمل والحصول على تصاريح لتحصيل لقمة العيش، وآخرون فرحون بإزالة المنع الأمني، هنا، إشارة واستدلال واضح بشهود فلسطينيين على حالة الاستسلام والقبول بواقع الاحتلال والتعايش معه والخضوع لقوانينه.

الفئة السابعة: (مراقبة المحتوى والإعلام الفلسطيني والرد على روايته):



أفيخاي أدري - Avichay Adraee
١٥ نوفمبر ٢٠١٥

أنفي التقارير في وسائل الإعلام الفلسطينية عن دهس جيب عسكري لمجموعة من الفلسطينيين في مفرق سردا شمال رام الله بينما في الواقع كان هناك حادث سير بين الجيب العسكري وسيارة مدنية فلسطينية نتجت عنها إصابات طفيفة للغاية. لقد تقدم سائق السيارة بشكوى رسمية عبر الشرطة الفلسطينية الى مكتب الارتباط والتنسيق. الادعاءات عن عملية دهس عارية عن الصحة.



أفيخاي أدري - Avichay Adraee
١٠ أكتوبر ٢٠١٩

هذه الصفحات تعني بالتحريض للعنف والإرهاب فقط لا غير. هذه الصفحات ليست إعلامية بل حماسوية إرهابية تخريبية تبارك العمليات الإرهابية وتمجد الإرهابين ومكانها في مزيلة التاريخ الالكترونية. وللعلم #المركز الفلسطيني للإعلام ليس موقعًا استعلاميًا بل الموقع الرسمي لحركة حماس الإرهابية



المنسق
٣٠ يوليو ٢٠١٧

حذف صفحة مخيم شعفاط على الفيسبوك
حذقت إدارة #فيسبوك صفحة #مخيم شعفاط (وليس قرصنة انترنت كما قالت الشائعات) لأنه كان يحوي مضامين تحريضية. من المؤسف اغلاق صفحات قد تقدم خدمات إيجابية للسكان بسبب احتوائها مضامين تحريضية على العنف. #التحريض_خارج_صفحاتنا Facebook

١٩٨ تعليقًا مشاركة واحدة

٣٤٩

اكتب تعليقًا...



أفيخاي أدري - Avichay Adraee
٨ ديسمبر ٢٠١٧

سمعت للتو مراسلة Al Jazeera Channel - قناة الجزيرة تتحدث عن قرار #اسرائيل عدم فرض أية قيود أمام وصول المصلين الى #المسجد الأقصى. نعم، هذه هي اسرائيل. رغم التحريض والدعوات للعنف تبقى الأماكن المقدسة مفتوحة أمام الجميع.



المنسق

17 نوفمبر 2016

"الضحك على الذقون والعقول" استراتيجية الإعلام الفلسطيني التي تسخر من السكان، إذ زعم بعضها أن سبب الحملة ضد تلوين المفاحم والتي قمنا بها صباح اليوم سببه "تلويث أجواء البلدات الإسرائيلية"، والسؤال لماذا يرفض بعض الصحفيين الفلسطينيين تناول الموضوع من زاويته المجدية وبصورة موضوعية؟ لا بل السؤال الأهم لماذا لا يعينهم صحة الفلسطيني العادي؟ #صحتك_أهم

٤٦ تعليقًا مشاركتان

326



المنسق

5 فبراير 2017

أكثر الناس تضليلاً من يدعي عكس الحقيقة، حال الإعلام الفلسطيني الذي يحاول الكذب على الناس فاقداً وظيفته الرئيسية في تصوير الأخبار كما هي، لا سيما فيما يتعلق بالمجال الصحي حيث تسعى إلى تعزيز ودعم الجهاز الطبي عبر إدخال المستلزمات والاختصاصيين إلى #غزة لما فيه خير المدنيين، لتأتي الحقيقة بالأرقام:

102 تعليق مشاركتان

333



أفيخاي أدراعي - Avichay Adraee

7 أغسطس 2018

هكذا تصنع الأكاذيب والإشاعات، الوقائع معروفة وواضحة وضوح الشمس وهي موثوقة أيضاً رغم كل المحاولات داخل #غزة إنكارها وإطلاق الإشاعات. لقد أطلق مخربو #حماس النار من موقعهم باتجاه قواتنا قبل أن يتم قصف الموقع ردًا على هذا الاعتداء. قواتنا جاهزة للرد بسرعة وبشكل دقيق على مثل هذه الاعتداءات.



حركة التحرير الوطني الفلسطيني " فتح " /الصفحة الرسمية





يركز الخطاب الدعائي الإسرائيلي على مراقبة المحتوى الرقمي ومراقبة الإعلام الفلسطيني والرد على روايته، إلى جانب وصفه بـ "المُحرض"، تُبين العينة الأولى من الفئة السابعة أن شركة فيس بوك أغلقت صفحة (المركز الفلسطيني للإعلام) حجة التحريض والعنف، حيث وصفها أفيخاي أدري "بالحمساوية الإرهابية" وليست إعلامية، أما العينة الثانية فينفي فيها أفيخاي أدري ما ورد في الإعلام الفلسطيني عن دهس جيب عسكري لفلسطينيين بل يرد على هذه الرواية بوجود حادث سير ويؤكد "الادعاءات عن عملية الدهس عارية عن الصحة"، أما العينة الثالثة فتصف الإعلام الفلسطيني بصانع "الاشاعات والأكاذيب". يظهر في العينة الرابعة أن إسرائيل تراقب الإعلام العربي أيضاً من أجل توظيف روايته لتحسين صورتها؛ تُظهر العينة مراسلة قناة الجزيرة تتحدث عن قرارات إسرائيل بشأن دخول المسجد الأقصى خلال شهر رمضان، صورة العينة يعتليها خبر انتشار قوات الاحتلال الإسرائيلي وحواجز أمنية في كل أنحاء الضفة ومدينة القدس، بينما نص العينة الموجه من المتحدث باسم الجيش يؤكد أن إسرائيل رغم التحريض والعنف تقدم خدمة للشعب الفلسطيني بتخفيف القيود والسماح لهم بالدخول للصلاة "نعم هذه هي إسرائيل، رغم التحريض والدعوات للعنف تبقى الأماكن المقدسة مفتوحة أمام الجميع". تقدم صفحة المُنسق من خلال العينات الخامسة إلى العاشرة وصفاً للإعلام الفلسطيني مثل "المُحرض، مُزور الحقائق، المُضليل، والغير مسؤول"، إذ تبين العينة الخامسة إغلاق صفحة (مخيم شعفاط) حجة التحريض. تؤكد العينة

السادسة أن جريدة القدس الإلكترونية تزور الحقائق فيما يخص بثها خبر اعتداء الجيش الإسرائيلي على المزارعين الفلسطينيين خلال موسم قطف الزيتون. كما تصف العينة السابعة الإعلام الفلسطيني بالمُضلل فيما يتعلق بحديثه عن عدم تقديم الخدمات الطبية للفلسطينيين؛ تُرفق صورة بالأرقام لما قدمته إسرائيل من خدمات وتصاريح طبية في غزة، أما العينة الثامنة فتصف استراتيجية الإعلام الفلسطيني من خلال مثل شعبي عربي معروف (الضحك على الذقون والعقول) بمعنى أنه لا يقدم الحقائق بل يستخف بعقول المشاهدين؛ وضحت صورة العينة شخص مكمم الفاه والأعين، تأتي العينة التاسعة لتتال من إعلام الأحزاب الفلسطينية ومنها فتح وتصفه "غير مسؤول" والمعرض على الإرهاب" و "المُختبئ وراء الكلمات" وذلك بسبب تأييده لعملية فلسطينية ضد الاحتلال. يأتي ذلك الوصف لحركة فتح كونها - من وجهة نظر إسرائيلية - خرقت الاستقرار الأمني الذي أدى لانتعاش الاقتصاد الفلسطيني في الضفة.

يتضمن دليل الدعاية لإسرائيل إرشادات هامة لكيفية الرد على الإعلام الفلسطيني وأهمها انتقاء المصطلحات التي يستخدمها الإعلام الفلسطيني، والرد عليها بمصطلحات إسرائيلية تخدم أهدافها الدعائية بعيدة الأمد "كن على دراية بالطريقة التي تستخدم بها آلة الدعاية المعادية لإسرائيل للكلمات والمصطلحات لنزع الشرعية عن إسرائيل والصهيونية واليهود" ويأتي ذلك من وسائل إعلام رئيسة ومصادر عربية، نحن بحاجة لاستعادة الفهم والاحترام المناسبين لليهود والصهيونية، المصطلحات الأخرى التي يستخدمها أحياناً دعاة إسرائيل هي لغة دعائية متطرفة" (Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010)، من المصطلحات التي ذكرها الدليل للرد عليها هي: "المُستعمر"، "جدار الفصل العنصري"، "القدس العربية الشرقية"، "الفصل العنصري في إسرائيل"، "الاحتلال غير القانوني"، "الشرعية الدولية"، "اللوبي الإسرائيلي"، "حق العودة"، "المستوطنات" (Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers, 2010)، يرى الدليل أن مراقبة الإعلام العربي والفلسطيني أمراً ضرورياً وخاصة أنه يُدار من قبل خبراء ومختصين، أما دليل إسرائيل للحرية والأمن والسلام فيرى أنه يجب عدم لصق مصداقية رجل الإعلام الإسرائيلي ضد وسائل الإعلام "لا تحاول التشكيك في مصداقية أي تقرير إعلامي وجهاً لوجه" (Luntz, 2009) ينصح الدليل الرد بما يجعل إسرائيل أفضل في عين العالم، حيث أن الدليل يقسم الجمهور المتلقي إلى فئات منها ما هو مع إسرائيل وسيبقى معها، ومنهم من هو ضدها وسيبقى ضدها، وفئة من يمكن التأثير عليها وإقناعها، إلى جانب ذلك يوضح الدليل "يحتاج القادة المؤيدون لإسرائيل للتأكد من أن القصص القوية والجديرة بالتلفزيون يتم عرضها

وتسليمها إلى وسائل الإعلام بشكل منتظم، لا تتردد في التواصل مع المراسلين المحليين ووسائل الإعلام للحديث عن إسرائيل " (Luntz, 2009)

الخاتمة:

تُبينُ الدراسةُ أنّ الخطابَ الدعائيَّ الإسرائيليَّ لا يَنطلقُ بشكلٍ عبثيٍّ، بل يَعتمدُ على مجموعةٍ مُمَنهَجَةٍ من الكتبِ والأدلةِ الإرشاديةِ التي تُعبّرُ عن أجندةِ إسرائيلِ الدعائيةِ، والتي يتمُّ إصدارها من قِبَلِ هيئاتِ الاتصالِ الرقمي، والهيئاتِ المسؤولةِ عن تحسينِ صورةِ إسرائيل. ولذلك، يُطبّقُ المتحدثونَ الرسميون والناطقون باسم الجيش الإسرائيلي إرشاداتِ تلكِ الأدلةِ بدقةٍ فائقةٍ عند مخاطبتهم للجمهور.

بناء على ما سبق من نقاش وتحليل للعينات يتضح الآتي:

1. لا يخلو أي منشورٍ عبرَ صفحتيَّ أفيخاي والمنسق من الإشارةِ المباشرةِ أو غير المباشرة، للجانبِ الأمني والعسكري الخاص بإسرائيل، وفي ذلك دليلٌ واضحٌ على اعتمادِ إسرائيل على قاعدة "الخطر المستمر على أمن إسرائيل" من أجل التفردِ عسكرياً في المنطقة، وفرض الهيمنةِ الشاملةِ على الفلسطينيين. إلى جانب ذلك، إن الالتزامَ بالزبي العسكري عند مخاطبة الجمهور، هو إشارة هامة لوظيفة الناطقين الإعلاميين الإسرائيليين الأساسية؛ وهي إظهارُ عظمةِ جيشِ الاحتلال وتفوقه في أداءِ المهماتِ العسكرية، وخلقِ شعورِ الهيبةِ والخوفِ لدى الجمهورِ المُتلقي.

2. تباينت أساليبُ الخطابِ الدعائيِّ الإسرائيليِّ في كلا الصفحتين، ما بين أسلوبِ التهديد والتوعّد المباشر للفلسطينيين في حال القيام بأي عمل "إرهابي" أو "مقاوم"، بقطع أي خدماتٍ مدنيةٍ أو طبية، إلى جانب فرض العقاب الجماعي. وبين أسلوبِ الاستهزاءِ والتهكمِ بالفلسطينيين الذين يعانون من الخلافِ الحزبيِ المُستغلِّ إسرائيليّاً لتشتيتِ المتلقي الفلسطيني عن القضية الأساسية، وهي وجودِ المُحتل، إلى جانب أسلوبِ الترغيبِ الذي ظهرَ من خلالِ حملاتِ رفعِ المنعِ الأمني وغيرها من المواقف والتي بدت "إنسانية"، إذ تقوم بها إسرائيل في المناطق الفلسطينية بهدف دعائي مضمونه إضفاء صبغة التعايش والتعاون بين الجانبين.

3. يؤكدُ الخطابُ الدعائيُّ الإسرائيليُّ أن تقديمَ الخدماتِ الإسرائيليةِ مرهونٌ بوقفِ النشاطاتِ السياسية والمقاومة، وفي ذلك إشارةٌ للتحكمِ الكبير في الفلسطينيين وحرمانهم من

"الخدمات" والتي هي في الأصل حقوق، إلى جانب حرمانهم من حق المقاومة والرد على وجود المحتل، الذي تتعمد الدعاية الإسرائيلية خلق صورة جيدة عنه، وإقناع المتلقي الفلسطيني بالتعايش معه على الرغم من اعتدائه على الفلسطينيين.

4. إن أحد أهم أهداف الدعاية الإسرائيلية هو الحفاظ على تحالفها مع الولايات المتحدة الأمريكية، وضمان استمرارية الدعم الأمريكي العسكري لجيشها، ولذلك تكررت الإشارة لاتفاق الجانبين في محاربة الإرهاب.

5. تركّز الدعاية الإسرائيلية على تشويه صورة حماس لدى الجمهور الفلسطيني في الضفة وغزة، وتعمد ربطها بإيران وحزب الله، من أجل توجيه بوصلة الخطر في المنطقة إلى إيران وحرفها عن إسرائيل، المشروع الاحتلالي الاطلافي في الشرق الأوسط. إلى جانب تقسيمها للجمهور الفلسطيني لفئات عند الحديث معه (الفلسطيني الإرهابي-الفلسطيني المسلم-المُحايدي)، (الفلسطيني من غزة، الفلسطيني من الضفة).

6. يتعمد الخطاب الدعائي الإسرائيلي التقرب من كل ما في الثقافة العربية من لغة وأغانٍ وأديانٍ وحياة اجتماعية، للخصوص أكثر في عملية التطبيع مع العرب، وذلك من أجل هدفين: الأول، عزل القضية الفلسطينية عن الاهتمام العربي، وإقناع الجمهور العربي بأن تنفيذ عملية السلام تفضّل بسبب عنف الفلسطينيين وخلافهم الداخلي، الثاني: اختراق الوعي العربي، وقلب الحقيقة بنزع صفة الاحتلال عن إسرائيل، وتكثيف نشر المضامين الدعائية، التي تحسن صورتها وتجعل الجمهور العربي يقتنع بأنها الدولة الحامية لأمن المنطقة والأكثر إنسانية، وهو ما تريده إسرائيل لا سيّما أنها تصف نفسها " منارة الشرق الأوسط".

7. على الرغم من إظهار التحبب والإنسانية الإسرائيلية، إلا أن الخطاب الدعائي الإسرائيلي يهدف وباستمرار لخلق شعور المراقبة والتحكم في كل ما يخص حياة الفلسطينيين، السياسية والاقتصادية والاجتماعية، إلى جانب إشعارهم بالتهديد المستمر والذي بدوره يخلق لديهم شعور العجز والاستسلام، من تغيير أي شيء على أرض الواقع.

8. يتم استخدام اللغة العربية الفصحى والعامية في الخطاب الدعائي عبر كلا الصفحتين التي شملتهما الدراسة، بتوظيف الأحاديث النبوية الشريفة والآيات القرآنية والأمثال الشعبية العربية، وتأطيرها بما يخدم مضامين الدليلين الخاصين بالتواصل مع الجمهور. وذلك بهدف تسهيل خلق صورة حسنة عن إسرائيل للعالم، واختراق العالم العربي سياسياً وثقافياً

واقتمادياً، وصولاً لتحقيق التطبيع الذي يشترط معرفتهم وادعاء حبهم للعربية، من أجل الوصول لمآرب دعائية أخرى أهمها ضمان التفوق العسكري والاقتصادي.

توصيات الدراسة:

1. لا بد من الانتباه للإصدارات الإسرائيلية الخاصة بوزارة الدعاية الإسرائيلية وهيئة الهاسبارا لما في ذلك من رفع للوعي السياسي محلياً ودولياً فيما يخص القضية الفلسطينية.
2. على الإعلام الفلسطيني أن يرد على الأدلة الإسرائيلية الدعائية التي تحارب بها إسرائيل الرواية الفلسطينية، من أجل تكوين رأي عام يضمن بقاء القضية الفلسطينية حيّة في أذهان الجمهور العربي والدولي.

المراجع

- أبو شنب، حمزة اسماعيل. (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام ٢٠١٤ عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" دراسة تحليلية. الجامعة الإسلامية- غزة، 1-278.
- أبو عامر، عدنان. (2018). أيديولوجيا الإعلام الإسرائيلي في تغطية الشأن الفلسطيني: <https://adnanabuamer.com/post>
- أبو عرقوب، ابراهيم. (2006). الدعاية الإسرائيلية الإلكترونية ضد انتفاضة الأقصى. المنارة، المجلد 13، العدد 5، 243-264.
- إعلام. (2020). الإعلام الإسرائيلي: نهجٌ محرّضٌ وغياب إستراتيجية مواجهته. تم الاسترداد من إعلام-المركز العربي للحرية الإعلامية والتنمية والبحوث-<http://www.ilam-center.org/article.aspx?id=902>
- أمارة، محمد. (2010). العبرية لغة مهيمنة في إسرائيل. تأليف محمد أمارة، اللغة العربية في إسرائيل: سياقات وتحديات. الأردن: دار الهدى ودراسات دار الفكر.
- التميمي، نوّاف يوسف. (2016). اللوبي الصهيوني والرأي العام في بريطانيا النفوذ والتأثير. الدوحة وبيروت: مركز الجزيرة للدراسات - الدار العربية للعلوم ناشرون.
- التميمي، نواف يوسف. (2020). إسرائيل و"نتفليكس": منصة عالمية لـ"ها سبارا" الدعائية: تحليل مضمون لمسلسل التليفزيوني الإسرائيلي "فوضى". معهد الجزيرة للدراسات، 1-17.
- جلعود، وليد غسان سعيد. (2013). دور الحرب الإلكترونية في الصراع العربي الإسرائيلي. كلية الدراسات العليا- جامعة النجاح الوطنية، 1-319.
- الجلولاني، عاطف. (2008). أهداف و سياسات الإعلام الأجنبي باللغة العربية. تقرير ارتيادي (استراتيجي)، 1-38.
- حبلا، أمين محمد. (2018). الجزيرة -قانون القومية.. لا تقترب أنت في "دولة اليهود": <https://www.aljazeera.net/news>

- الخرابشة، محمد زيدان. (2018). الإطار الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيس بوك- دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم "الجيش الإسرائيلي". - Middle East University - Department of Press and Media، 1-145.
- الذنيبات، محمد محمود، وبحوش، عامر. (2007). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. ديوان المطبوعات الجامعية.
- سالم، السيد محمد. (2018). واقع المشهد اللغوي في فلسطين ومحاولات التهويد والعبرنة. الطموحات، 1-18.
- سامي وحيد حرارة. (2018). أساليب الدعاية في المواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة بالعربية تجاه قضية القدس: دراسة تحليلية مقارنة. كلية الآداب - الجامعة الإسلامية بغزة، 1-170.
- سعيد، صفاء بكر. (2020). أساليب الدعاية في الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني عبر الإعلام التفاعلي. معهد الجزيرة للإعلام، 1-36.
- صبار، محمد رشيد. (2011). الدعاية الصهيونية في الولايات المتحدة الأمريكية وأثرها في مستقبل القضية الفلسطينية. مجلة مركز الدراسات الفلسطينية، 1-20.
- عقيل، عقيل حسين. (2014). خطوات البحث العلمي: من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة. سوريا: دار ابن كبير.
- العُمري، وليد. (2020). الصحافة والإعلام في إسرائيل. تأليف منير فخر الدين، دليل إسرائيل العام ٢٠٢٠ (الصفحات 1-76). فلسطين: مؤسسة الدراسات الفلسطينية.
- عوض، أحمد رفيق. (2006). لغة الخطاب الإعلامي الإسرائيلي - عملية السور الواقعي نموذجاً. كلية الدراسات العليا - جامعة القدس، 1-123.
- فيركليف، نورمان، ترجمة: محمد عناني. (2016). اللغة والسلطة. القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- قاسم، نجود عبد القادر محمود. (2010). الاعلام في اسرائيل وعلاقته بالمؤسستين العسكرية والسياسية - حرب لبنان ٢٠٠٦ مثلاً. كلية الدراسات العليا - جامعة بير زيت، 4-172.
- قاسم، يوسف. (2007). أثر الحرب النفسية الإسرائيلية على الذات الفلسطينية: انتفاضة الأقصى - نموذجاً. جامعة بير زيت - برنامج الماجستير في الدراسات العربية المعاصرة، 1-234.

قوطة، خالد حامد أبو. (2019). الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي. مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي، برلين. العدد السابع، 1-297.

المحمودي، محمد سرحان. (2019). مناهج البحث العلمي . اليمن: دار الكتب.

مدى. (2020). "مدى": 27 انتهاكا ضد الحريات الاعلامية في فلسطين خلال كانون ثاني منها 23 اعتداء اسرائيليا. تم الاسترداد من مدى-المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية: <https://www.madacenter.org/article/1605/>

مركز الجزيرة للدراسات. (2018). أيديولوجيا الإعلام الإسرائيلي في تغطية الشأن الفلسطيني: <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/02/180218100540480.html>

المصدر، حيدر. (2018). الدعاية السيبرانية الإسرائيلية لمحاصرة مسيرات العودة الفلسطينية: <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/07/180711072804036.html>

مضحى، عسكر ، وموسى، ياسين طه. (2009). الدعاية مفهوماً وتعريفياً وأسلوباً دراسة تحليلية عن الدعاية الإسرائيلية خلال حربها الأخيرة على غزة (٢٠٠٨-٢٠٠٩). الصفحات 554-578.

المعاني. (2021). تعريف و معنى النعيم في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي . تم الاسترداد من المعاني- لكل رسم معنى- <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B9%D9%8A%D9%85/>

المعاني. (2021). تعريف ومعنى جحيم في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي. تم الاسترداد من المعاني- لكل رسم معنى- <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D8%AC%D8%AD%D9%8A%D9%85/>

نعيم، هدى فضل. (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي . الجامعة الإسلامية - غزة- كلية الآداب، 1-293.

وكالة الأنباء الفلسطينية-وفا. (2021). الإعلام الإسرائيلي -بنية، أدوات، أساليب عمل: https://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=8788

References

- Ami Isseroff, Zionism-Israel.com and Zio-Web volunteers. (2010, March). The Israel Advocacy Handbook Justice for Jews and Israel: Making the case for Israel An Introduction to Israel Advocacy, Activism and Information. Israel, West Bank, Palestine-Middle East.
- Coleman, R. (2010). Framing the pictures in our heads: Exploring the framing and agenda-setting effects of visual images. In J. A. Paul D'angelo, Doing News Framing Analysis (pp. 233-261). New York and Lonfon : Routledge.
- D'Angelo, P. (2018). Doing News Framing Analysis II: Empirical and Theoretical Perspectives. New York: Routledge.
- Davies, G. (2014, Feb 18). Framing Theory. Retrieved from Mass Communication Theory: from Theory to Practical Application: <https://masscommtheory.com/theory-overviews/framing-theory/>
- Dietram A. Scheufele & David Tewksbury. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. Journal of Communication, 9-20.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication- Northwestern University, 51-58.
- Felice Friedson. (23 Oct , 2020). The Jerusalem Post -Israel's secret weapon: 800 channels on social media: <https://www.jpost.com/israel-news/israels-secret-diplomatic-weapon-800-channels-on-social-media-646689>
- GlobalStats, S. (2021, Jan 12). Social Media Stats Palestinian Territory Jan2020-Jan2021. Retrieved from Statcounter Global Stats: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/palestinian-territory>

- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Northwestern University Press. Boston, 1-53.
- Gostoli, Y. (2016, Sep 26). Is Facebook neutral on Palestine-Israel conflict? Retrieved Feb 10, 2021, from Al-Jazeera: <https://www.aljazeera.com/news/2016/9/26/is-facebook-neutral-on-palestine-israel-conflict>
- Kniep, R. (2015). Media Accountability Online in Israel. An application of Bourdieu's field theory. *Global Media Journal*, 1-32.
- Lasswell, H. D. (1927). The Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review*, 627-631.
- Linebarger, P. M. (1948-1954). *Psychological Warfare*. NEW YORK: DUELL, SLOAN AND PEARCE.
- Luntz, F. (2009, April). The Israel Project's 2009 GLOBAL LANGUAGE DICTIONARY. West Bank, Palestine-Middle East.
- Maxwell E. , McCombs and Donald L. Shaw. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 176-187.
- Mualla, S. A. (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*, 1-24.
- Press-Barnathan, G. (2018). Managing multiple identity challenges and the origins of Israeli national television (in Arabic). *Media, Culture & Society*, 1-16 .
- 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* 75-52 .

- Stanley J. Baran & Deniss K.Davis. (2010). Media and Society: The Role of Media in The Social World. In Mass communication theory: Foundations, ferment, and future. (pp. 278-312). USA-Boston: Wadsworth, Cengage Learning.
- Stephen Farrell, Maha El Dahan, Lisa Barrington, Zainah El-Haroun. (2021). Inside Israel's social media campaign to woo the Middle East. London: Reuters.
- Suleiman, Y. (2004). A War of Words: Language and Conflict in the Middle East. In Perspectives , The Central European Review of International Affaris (p. 286). Cambridge: Cambridge: Cambridge University Press.
- Walton, D. (1997). What Is Propaganda, and What Exactly Is Wrong with It? PUBLIC AFFAIRS QUARTERLY, 383-413.
- Zeitsoff, T. (2017). How Social Media Is Changing Conflict. Journal of Conflict Resolution, 1-22.

أ. كرملة خالد عبد الرحمن البداونه - جامعة الخليل - فلسطين karmelbadawnh@gmail.com