

مواقع التواصل الاجتماعي في "إسرائيل":  
الاستخدامات والأهداف

عماد أبو عواد

مركز رؤية للتنمية السياسية



العنوان : مواقع التواصل الاجتماعي في "إسرائيل": الاستخدامات والأهداف

السلسلة : شؤون إسرائيلية

الكاتب : عماد أبو عواد

الشهر/ السنة: فبراير/ 2018

جميع الحقوق محفوظة لمركز رؤية للتنمية السياسية © 2018

-----

يسعى مركز رؤية للتنمية السياسية أن يكون مرجعية مختصة في قضايا التنمية السياسية وصناعة القرار، ومساهماً في تعزيز قيم الديمقراطية والتعددية والاعتدال والتسامح. ويسعى المركز إلى تنمية القدرات والإمكانيات السياسية لدى الأفراد والجماعات والأحزاب في المنطقة، بما يخدم بناء مجتمعات ودول مدنية وديمقراطية قائمة على مبادئ حق تقرير المصير والحرية، بما يساعد على نبذ العنف والتطرف، والمساهمة في إنجاز الشعوب لحقوقها السياسية والمدنية لاسيما الشعب الفلسطيني

ويهدف المركز إلى مساعدة الكفاءات العلمية والبحثية في مجال العلوم الإنسانية في تطوير مهاراتها وتنميتها، وتوفير الدعم السياسي والأكاديمي للفلسطينيين، ورعاية الطاقات الثقافية، وتنمية المهارات السياسية لدى الشباب. ويسعى إلى فهم قضايا المجتمع المدني، وتمكين المرأة من خلال أدوات البحث العلمي في الحقول الاجتماعية والإنسانية والسياسية.

**Vision Center for Political Development**

**İkitelli Organize San. Bölgesi Mah. Hürriyet Bulvarı Enkoop Sanayi Sitesi No:70/33**

**Başakşehir / İstanbul.**

**Tel: +90 2126310107**

**[www.vision-pd.org/](http://www.vision-pd.org/)**

## مقدمة

تولي "إسرائيل" للإعلام والدعاية بأشكالهما كافة أهميةً كبيرةً، فهما من أبرز الوسائل لتجيش الرأي العام، سواءً المحلي أو العالمي، وذلك لتوفير الدعم الذي سيُسهم في شرعنة الاحتلال الإسرائيلي، والدفاع عن الرواية العبرية، ليس فيما يتعلق بالتاريخ وما تدعيه من حقوق تاريخية فحسب، وإنما لتبرير ممارساتها المختلفة بحق الفلسطينيين.

تستغل "إسرائيل" وسائل الإعلام كافة للوصول إلى هذا الهدف. وفي ظل الثورة التكنولوجية، وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، لم تتأخر السلطات الإسرائيلية في تجنيدها لتكون إحدى وسائل الإعلام السياسي، والدعاية السياسية، بل لتكون إحدى وسائل الرصد الأمني أيضاً.

يُنَاقش هذا التقرير إلى أي مدى استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي الإسرائيلي، أن تشكل منصةً للدعاية الإسرائيلية، وما هي أبرز تلك الوسائل والأساليب المستخدمة، وما هي نتائجها وتأثيراتها.

## أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يرتادها الإسرائيليون

وفق المعطيات الإسرائيلية الأخيرة، فإن 71.6% من الإسرائيليين يستخدمون الإنترنت (مين و بنئون، 2017)، مما يسجل ارتفاعاً بنسبة 367% في عدد مستخدمي الإنترنت في "إسرائيل" بين السنوات 2000-2016 (مين و بنئون، 2017). وهذه النسبة آخذة في الازدياد، حتى أن كبار السن باتوا يتجهون نحو دخول عالم التكنولوجيا والإنترنت.

وحول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، يحتل واتساب الموقع الأول، وذلك بنسبة تصل إلى 90% من مستخدمي تلك التطبيقات (روزن، 2016)، حيث اعتبره الجمهور الإسرائيلي الأكثر سهولة وأماناً. وقد جاء ترتيب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في "إسرائيل" كما يلي (روزن، 2016) (مين و بنئون، 2017):

### جدول رقم (1): نسبة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في "إسرائيل"

من بين من يمتلكون وسيلة تواصل اجتماعي

وسيلة التواصل	نسبة من يستخدمها من الجمهور الإسرائيلي
واتساب	90%
يوتيوب	87%
فيسبوك	83%
إنستغرام	51%
سناپ شات	38%
تويتر	9%

يبين الجدول أن لتطبيقات واتساب، ويوتيوب، وفيسبوك، متابعة كبيرة لدى الشريحة التي تستخدم تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي في "إسرائيل"، ومن الممكن إعادة ذلك إلى أنّ أسعار الاشتراك في الإنترنت منخفضة، وأنّ تنافس العديد من الشركات أسهم في انخفاض أسعار الخدمة، الأمر الذي زاد من اشتراك الجمهور في الشبكة العنكبوتية، واستخدامه تطبيقات التواصل الاجتماعي.

## أبرز صفحات التواصل الاجتماعي في "إسرائيل"

تتميز العديد من الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تشير المعطيات إلى ميل السياسيين لاستخدام موقع فيسبوك، بينما يميل الصحفيون لاستخدام موقع تويتر، أما موقع إنستغرام، فقد تصدره مشاهير الفن والكوميديا وعارضات الأزياء (اسولان، 2016)<sup>1</sup> (إسرائيلي، 2017)<sup>2</sup> (حسون، 2016).

### جدول رقم (2): أبرز الصفحات الإسرائيلية على موقع تويتر

الصفحة	عدد المتابعين	تصنيف الصفحة
بنيامين نتياهو	1.18 مليون	رئيس الحكومة
عميت سيجال	390 ألفاً	صحفي ومحلل سياسي في القناة الثانية
ألون بن ديفيد	290 ألفاً	صحفي ومحلل عسكري في القناة العاشرة
أياله حسون	242 ألفاً	مقدمة أخبار العاشرة
شيلي يحيموفيتش	184 ألفاً	زعيمة حزب العمل سابقاً
نفتالي بينت	174 ألفاً	وزير التعليم وزعيم حزب "البيت اليهودي"
إيلات شاكيد	101 ألف	وزيرة العدل

### جدول رقم (3): أبرز الصفحات الإسرائيلية على موقع فيسبوك

الصفحة	عدد المتابعين	تصنيف الصفحة
بنيامين نتياهو	2 مليون	رئيس الحكومة
إسرائيل تتكلم العربية	1.3 مليون	صفحة الدولة الموجهة للعرب
أفيخاي أدري	1.2 مليون	الناطق باسم الجيش باللغة العربية
هتسينور	1.1 مليون	تطبيق إخباري
يديعوت أحرونوت	1.05 مليون	صحيفة يومية
موقع الجيش	676 ألفاً	صفحة الجيش الإسرائيلي
إيرتس نهديرت	555 ألفاً	برنامج ترفيهي

<sup>1</sup> تم تحديث المعلومات بالعودة إلى صفحات الشخصيات المذكورة في موقع تويتر.

<sup>2</sup> تم تحديث المعلومات بالعودة إلى صفحات الشخصيات المذكورة في موقع فيسبوك.

موقع إخباري متنوع	487 ألفًا	إسرائيلي متسيلم
صفحة دعائية	471 ألفًا	باشبشوك
وزير التعليم وزعيم حزب "البيت اليهودي"	471 ألفًا	نفتالي بينت
صحفي	440 ألفًا	حانوخ داؤوم
موقع فكاهي	423 ألفًا	عندما يكون أبي وأمي أبناء عم
زعيم حزب "يوجد مستقبل"	422 ألفًا	يائير لبيد
منسق الإدارة المدنية الإسرائيلية في الضفة الغربية وغزة	251 ألفًا	المنسق، صفحة ناطقة بالعربية
شركة بيع أدوية ومستلزمات صحية	245 ألفًا	نيو فارم
شركة مأكولات	169 ألفًا	كليك

#### جدول رقم (4): أبرز الصفحات الإسرائيلية على موقع إنستغرام

الصفحة	عدد المتابعين	تصنيف الصفحة
جال جدوت	2.4 مليون	ممثلة وعارضة أزياء إسرائيلية
بار رفائيلي	2.3 مليون	عارضة أزياء إسرائيلية
نوعا زيمر	175 ألفًا	مغنية إسرائيلية
توم باوم	106 آلاف	نجم في قناة الأطفال

من الملاحظ أن صفحة رئيس الحكومة الإسرائيلية بنيامين نتنياهو تصدر موقعي تويتر وفيسبوك، الأمر الذي يشير إلى مدى اهتمامه بالدعاية الإعلامية، وقد يأتي ذلك في سياق الدعاية المضادة التي يمارسها نتنياهو ضد بعض وسائل الإعلام، التي يتهمها بأنها تعمل ضده، وتعرض على إسقاطه. إلا أن وجود عدد كبير من متابعي صفحة نتنياهو، وخاصة على فيسبوك، واجه هجومًا كبيرًا من عدة جهات، وذلك بعد الكشف عن أن جزءًا كبيرًا من المتابعين هم من دول العالم الثالث، فأذاعت المعارضة أن نتنياهو يمول حسابه من دافع الضرائب الإسرائيلي دون فائدة حقيقية (بنيسرائيلي، 2017).

## أبرز القضايا التي يتفاعل معها الجمهور العبري، "هبة القدس نموذجًا"

تبين الجداول التالية أن التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي مع القضايا المتعددة، يختلف حسب الفئة العمرية، فقد أظهرت النتائج أن الجيل الصغير يميل إلى السرعة، وتلقي المعلومة بأقصر الطرق وأبسطها، فيما لا يزال الجيل القديم يوازن بين مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الأخرى.

وحول ما يقوم به الإسرائيليون في مواقع التواصل الاجتماعي، من قراءة للمنشورات، أو وضع الإعجاب بمنشورات أخرى، أو استعراض المواقع الإخبارية، فقد كانت النتائج كما يلي (بيزك، 2016)، (دا ماركت، 2017) :

### جدول رقم (5): ماذا يفعل الإسرائيلي في مواقع التواصل الاجتماعي

أكثر من 18 عاما	أقل من 18 عاما	ما يفعله الإسرائيلي
33%	25%	يقرأ المنشورات
17%	6%	يقوم بوضع إعجاب
14%	11%	يستعرض الصور
9%	32%	يقرأ التحديثات الإخبارية
8%	10%	يُجري محادثة من خلال الموقع
7%	4%	يرد على المنشورات
6%	11%	يرفع صوتًا
6%	2%	يقرأ الدعايات

أما فيما يتعلق بمضامين ما يتابعه الإسرائيليون على مواقع التواصل، فقد وُجد أن للسياسة أهمية ثانوية مقارنة مع المضامين الأخرى، وتحديدًا لدى صغار السن دون الثامنة عشرة، والجدول التالي يوضح ذلك (بيزك، 2016)، (دا ماركت، 2017):

جدول رقم (6): ماذا يتابع الإسرائيليون على مواقع التواصل الاجتماعي

ما يتابعه الإسرائيلي	أقل من 18 عاما	أكثر من 18 عاما
مشاهدة الفيديو	75%	50%
المضامين الفكاهية والمضحكة	61%	32%
المضامين الرياضية وتوابعها	26%	37%
الشخصيات الاجتماعية والمضامين	31%	29%
متابعة الشخصيات المشهورة	36%	22%
متابعة السياسة والسياسيين	9%	21%
متابعة الصحافة والمراسلين	13%	19%

ولكن في ذروة الأحداث، تحتل القضايا الأمنية المكانة الأولى، ليس من حيث المتابعة فحسب، وإنما أيضا من حيث التعليق والتعبير عن المشاعر الإسرائيلية، التي تكون غالبًا مفعمة بالكراهية، وتدعو إلى قتل الآخر.

أحداث هبة القدس، التي اندلعت في تشرين أول/ أكتوبر من عام 2015، كانت مثالاً على ذلك، فقد أخذت حيزًا واسعًا من المتابعة الإسرائيلية عبر مواقع التواصل، وأظهرت عمق الكراهية والتحريض. فحسب المعطيات، تفاعل أكثر من 800 ألف إسرائيلي مع تلك الأحداث، وأبدوا ردودًا عليها، وخاصة على موقع فيسبوك، ومنها 160 ألفًا إبداء رأي لأعضاء كنيست (Vigo، 2015). ويُمكن تلخيص نتائج التفاعل كما يلي (Vigo، 2015):

1. تبادلت الأطراف المختلفة الاتهامات، وحمل كل منها الطرف الآخر مسؤولية اندلاع الأحداث، فطالت الاتهامات كلا من اليسار واليمين، والمستوطنين والحكومة، وكان العرب في مقدمة المتهمين بتحمل المسؤولية.
2. 57% من المتفاعلين دعوا إلى سياسة إسرائيلية متطرفة ضد العرب.
3. 22% دعوا إلى استخدام العنف، واستخدموا السباب خلال تفاعلهم.
4. 50% من العنف الكلامي وُجّه للعرب، 5% فقط ضد المستوطنين أو اليمينيين.
5. أكثر من نصف الدعوات لاستخدام العنف الجسدي، كانت ضد العرب واليسار الإسرائيلي.



## أبرز أهداف الدعاية الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، ومحتوياتها

للدعاية على مواقع التواصل الاجتماعي في "إسرائيل" أهداف متنوعة. فقد رصدت الجهات المختصة، وجود درجة عالية من العنصرية والتحريض، ليس ضد العرب فحسب، بل أيضا ضد الشرقيين في "إسرائيل" نفسها. ووجد أنّ نسبة الكراهية على تلك المواقع، هي من النسب المرتفعة في العالم. إلى جانب ذلك، خصصت "إسرائيل" منصة خطابية على تلك المواقع، لمخاطبة العرب عامة، والفلسطينيين خاصة.

وقد لخص عمري روخ، الخبير الاستراتيجي في الدعاية الاجتماعية، ومكتب وزارة الخارجية، أهداف "إسرائيل" من الدعاية الاجتماعية. وكان جوهرها بأن تُفنع "إسرائيل" العالم بأسباب الصراع من وجهة نظرها. وهذه أبرز الأهداف وفق الخبير روخ ووزارة الخارجية (روخ، 2015)، (وزارة الخارجية، 2016):

1. منع تشويه صورة "إسرائيل"، وتقديمها على حقيقتها.
2. شرح الأسباب الإسرائيلية للصراع، والحاجة إلى الدفاع عن "إسرائيل"، مع تأكيد سعيها للسلام.
3. خلق تواصل مباشر مع الطرف الآخر، ومع العالم الذي بلور رؤيته سلفًا.
4. فهم الآخر، ومحاولة إقناعه فهم التصور الإسرائيلي.
5. خلق أجواء صداقة مع شرائح واسعة في العالم.
6. توسيع شريحة الداعمين والمؤيدين للدولة العبرية.
7. تحقيق أهداف اقتصادية، كزيادة الاستثمار في "إسرائيل"، وجلب السياحة إليها.
8. مساعدة الدبلوماسية الإسرائيلية في تحقيق أهدافها.

تنوعت محتويات الدعاية الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، ولعلّ السمة الأبرز كانت العنصرية الواضحة على تلك المواقع، وتحديدًا ضد العرب، حيث أظهرت النتائج أنه بمعدل كل 46 ثانية، هناك منشور عنصري ضد العرب في "إسرائيل" (يونس، 2017)، وخاصة على موقع فيسبوك.

هذا السلوك الإسرائيلي غير مستغرب، حيث تُشير حملة مكافحة العنصرية في "إسرائيل"، إلى أنّ الإسرائيليين باتوا أكثر عنصرية، وأن معدلات العنصرية ترتفع كلما انخفضت الفئة العمرية، حيث أشارت معطيات الحملة إلى أنّ 52% من الإسرائيليين يعتقدون أنّ "إسرائيل" باتت أكثر عنصرية، وذهب 70% منهم إلى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي زادت من السلوك العنصري، وأن 79% من هذه العنصرية موجهة ضد الفلسطينيين (فايلر، 2016).

ووفق كيرن برال وشركة فيجو، فإنّ عام 2017، شهد ارتفاعًا بنسبة 16% في التعبيرات عن الكراهية والدعوة للعنف، حيث رُصد أكثر من 5 ملايين منشور وتعليق من هذا النوع، بزيادة مليون حالة عن العام السابق (كيرن برال وفيجو، 2017). وقد كانت المواقع التي تصدرت هذا النوع من الدعوات وفق ما يلي (كيرن برال وفيجو، 2017):

1. صفحة "هتسال عام" على فيسبوك، بواقع 113,726 تحريضًا.

2. موقع القناة 20، بواقع 57,780 تحريضًا.

3. موقع صحيفة ידיעות أحرونوت، بواقع 44,708 تحريضًا.

وهنا يُمكن ملاحظة أنّ الصفحات اليمينية، تحتوي على القدر الأكبر من النداءات العنصرية، والداعية للقتل واستخدام العنف. فموقع القناة 20 على فيسبوك، وهي قناة يمينية، يتابعه قرابة 160 ألفًا، تضمن نداءات عنصرية، أكثر من موقع صحيفة ידיעות أحرونوت، التي يتابعها أكثر من مليون و300 ألف على موقعها.

المحتوى الآخر، هو محاولة تشويه صورة الفلسطيني، وتحديدًا الفلسطيني المقاوم لـ "إسرائيل" وسياساتها. فالعربي يظهر في هذه المواقع الإسرائيلية على أنّه ليس من فصيلة البشر، وهناك من يدعو لقتله ويحرض ضده، كاستخدام شعارات "كهانا صادق" (يوزموت كيرن ابراهام، 2015)، أي أن كهانا صادق بدعوته لقتل العرب، واعتبارهم "مخلوقات حيوانية". وهناك من اعتبر أنّ كراهية العرب هي شيء قيمى وليس عنصرية (افيرجان، 2015). هذا إلى جانب تصوير العربي على أنّه من عصور أخرى، تميل إلى التخلف، وترفض الحضارة والتقدم.

إلى جانب ذلك، تحاول "إسرائيل" تقديم دعاية مضادة للدعاية الفلسطينية، حيث تسعى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، إلى تقديم خطاب إسرائيلي للمجتمع الفلسطيني، تُزين فيه "إسرائيل" وجهها أمام المجتمع الفلسطيني (لبيد، 2017)، وتقدم خطابًا عاطفيًا للعالم الخارجي (روح، 2015)، يعزف على وتر المعاني الإنسانية، ويُظهر "إسرائيل" على أنّها جزء من العالم الغربي المتحضر، وأنّها تُعاني من "إرهاب" مشابه لذلك "الإرهاب" الذي يضرب في أوروبا، رافعة شعار "كل إسرائيلي هو سفير" "إسرائيل" في العالم" (كوهين، 2017)، وعليه أن يقوم بدعاية للدولة، في ظل فقدانها لوزارة مختصة بذلك.

## دور الحكومة والأمن في دعم الدعاية الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي

في عام 2011، قررت الحكومة الإسرائيلية تفعيل المؤسسات الحكومية كافة على شبكات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك الشخصيات العامة في الدولة (ايدان، 2011). وتبنت المؤسسة الأمنية، ومن ورائها الحكومة الإسرائيلية، دعم بعض مواقع التواصل الاجتماعي ونشاطاتها، لخدمة الدعاية الإسرائيلية، إلى جانب تخصيص صفحات ناطقة باللغات المختلفة، وتتبع للدولة مباشرة، بهدف خلق نوع من التواصل مع الفئات المختلفة، وتجسير العلاقات مع شعوب الدول الأخرى.

في "إسرائيل"، تتبع الهيئة العليا للإعلام القومي، لمكتب رئيس الحكومة مباشرة، وينضوي تحتها العديد من الأجسام التي تعمل في الدعاية، كوزارة الخارجية، ووزارة الاتصالات، وأجسام مختلفة، حيث يتم تفعيل مجموعة من المنظمات، الطلابية والنقابية، التي تهدف إلى نشر الدعاية الإسرائيلية في العالم، وخلق بيئة مؤيدة لـ "إسرائيل" (الياب، 2013).

ومن أجل ذلك، قدمت حكومة نتنياهو دعماً مادياً، وعملت شراكة مع مجموعات وشركات فاعلة على مواقع التواصل الاجتماعي (زارخيا، 2015)، وذلك بهدف الوقوف ضد ما تتعرض له "إسرائيل"، وفق تعبيرهم، من لاسامية، وحرب إعلامية على تلك المواقع. وكانت حكومة نتنياهو وقعت مع اتحاد طلاب "إسرائيل" عام 2013، اتفاقية بقيمة 3 ملايين شيكل (800 ألف دولار)، لتجنيد مئات الطلاب للمشاركة في حملة دعائية للدفاع عن "إسرائيل" (ربيد، 2013).

وانتهجت الحكومة الإسرائيلية سياسة مبرمجة، تهدف إلى خلق تواصل مباشر مع سكان الضفة الغربية تحديداً، من خلال ما يُعرف بصفحة "المنسق"<sup>3</sup> (لبيد، 2017). وقد جاء ذلك بناءً على تعليمات من وزير الجيش، من أجل كسر الحواجز مع المجتمع الفلسطيني، وتوضيح وجهة النظر الإسرائيلية في الصراع (لبيد، 2017)، وربما لعرض تقديم الخدمات على الفلسطينيين بشكل مباشر. ويُمكن وضع ذلك أيضاً في سياق استعداد "إسرائيل" لإحكام سيطرتها على الضفة الغربية، وعودة حكمها بشكل مباشر إذا انهارت السلطة الفلسطينية.

ولتوجيه خطاب عام للعرب، خصصت "إسرائيل" صفحة أطلقت عليها اسم "إسرائيل تتكلم العربية"، التي يتابعها اليوم أكثر من مليون و300 ألف شخص. وهي تتبع لوزارة الخارجية الإسرائيلية (وزارة الخارجية، 2011). وبمتابعة الصفحة، يتبين أن مضامينها تهدف إلى جسر الهوة مع المجتمع العربي،

<sup>3</sup> منسق الإدارة المدنية الإسرائيلية في مناطق السلطة الفلسطينية.

وتقديم المضامين العربية التي تخدم المشروع العبري، مع التركيز على الشخصيات العربية التي تزور "إسرائيل"، وأغلبها شخصيات ثقافية وفنية، وتبرير الأعمال الإسرائيلية على الأرض، والترويج بأن "إسرائيل" تسعى نحو السلام.

إلى جانب ذلك، بادر وزير الأمن الداخلي جلعاد أردان، مع مطلع عام 2017، إلى تدشين مشروع مشترك مع معهد هرتسليا، والمنظمة الإسرائيلية الأمريكية، ومؤسسة مكابي، يتضمن تطبيقًا على الهاتف عرف باسم "Act.il" (اوسلندر، 2017). وقد جاء هذا المشروع للوقوف في وجه حركة المقاطعة العالمية BDS، ومواجهة الإحراج الذي تسببت به الحركة لـ "إسرائيل" في العالم. كما يهدف المشروع من خلال هذا التطبيق، إلى خلق مجتمع فاعل على وسائل التواصل الاجتماعي، كمتطوعين من أجل الدفاع عن "إسرائيل" (اوسلندر، 2017).

من جهة أخرى، في ظل ثورة التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، ورغم ما دشنته "إسرائيل" من مواقع، فإنّ حجم رضاها عمّا حققتة ليس كبيرًا. ورغم أنّ حكومة نتنياهو استطاعت تحقيق قفزات على المستوى الدبلوماسي، وفتحت ساحات جديدة أمام الطموح الإسرائيلي، سواءً في إفريقيا، أو في الشرق الأقصى كالهند، فإنّ الشعور العام في "إسرائيل"، ما زال يرى أنّ الكراهية الشعبية للدولة العبرية، آخذة في التوسع.

وحسب أوريت بارلوب، الباحثة في معهد دراسات الأمن القومي، فإنّ حجم الدعاية القادمة من الخارج كبير، ولأنّها متاحة للجميع، فمن الصعب الحكم على مدى نجاعتها (بارلوب، 2015). لذلك يمكن القول ضمن السياق العام، وحسب الكاتب والباحث بلتسر، بأن "إسرائيل" تعاني من مشاكل دعائية، قد تستلزم تغيير مضمون الخطاب الإعلامي، وتجنيد داعمين مركزيين في مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة كبار الصحفيين (بلتسر، 2017).

وقد ناقش مؤتمر هرتسليا للشؤون الاستراتيجية في العام الماضي، أسباب ضعف الدعاية الإسرائيلية، تحديدًا على مواقع التواصل الاجتماعي، وخلص إلى النتائج التالية (باردوجو، 2016):

1. فاعلية "إسرائيل" على موقع فيسبوك جيدة، لكن يُعتبر موقع تويتر، المنصة الأهم للطبقة المثقفة، وهو منتشر في الولايات المتحدة والدول العربية، إلا أنّ عدد المشتركين الإسرائيليين في الموقع لا يتجاوز 150 ألفًا، الأمر الذي يجعل من الدعاية الإسرائيلية في المنبر الثقافي الأهم، ضعيفة.

2. تعاني "إسرائيل" من ضعف دعائي في البنية الأساسية، سواء في وزارة الخارجية أو في مكتب رئيس الحكومة، الأمر الذي يجعل أداءهم على شبكات التواصل الاجتماعي ضعيفًا.
3. استثمار الحكومة الإسرائيلية عبر وسائل التواصل الاجتماعي يُعتبر ضئيلاً، رغم أنها باتت من الساحات الأكثر أهمية في التواصل والدعاية.
4. يعاني مؤيدو "إسرائيل" من هجوم كبير، وضعف على شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا على موقع تويتر، الأمر الذي يحتاج إلى وقفة إسرائيلية لمواجهة ذلك.
5. حجم الدعاية المضادة تشكل أضعاف الدعاية المؤيدة.
6. الكثير من الفاعلين على شبكات التواصل الاجتماعي، هم من الفنانين والمثقفين، الذين يتعاطفون مع القضايا الإنسانية، وقد استطاع مؤيدو الفلسطينيين تصويرها ضمن هذا الإطار.

ولفحص مدى التأثير الدعائي الإسرائيلي بشكل عام، ومن بين ذلك تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، دأبت وزارة الخارجية كل عدة سنوات، على إصدار تقرير حول مدى دعم "إسرائيل"، ومدى العداء لها بين شعوب العالم، وكان التقرير الأخير صادمًا، حيث أشار إلى أن نسبة العداء ما زالت مرتفعة، ولم يتجاوز التأييد لـ "إسرائيل" نسبة 50%، إلا في الولايات المتحدة، والجدول التالي يوضح ذلك (وزارة الخارجية، 2016).

جدول رقم (7): نسبة التأييد والعداء لـ "إسرائيل" بين شعوب العالم

الدولة	نسبة العداء	نسبة الحياد	نسبة التأييد
الولايات المتحدة	32%	9%	59%
روسيا	35%	17%	48%
بلغاريا	30%	23%	47%
رومانيا	31%	24%	45%
هولندا	48%	13%	39%
البرتغال	44%	17%	39%
فرنسا	57%	8%	35%
بريطانيا	46%	20%	34%
إيطاليا	50%	16%	34%

إسبانيا	%56	%10	%34
ألمانيا	%60	%9	%31
بولندا	%38	%32	%30
سلوفاكيا	%63	%13	%24
السويد	%68	%13	%19
الصين	%66	%20	%14
مصر	%92	%1	%7
تونس	%86	%11	%3
تركيا	%86	%12	%2
السلطة الفلسطينية	%94	%1	%5

وتُشير معطيات وزارة الخارجية الإسرائيلية إلى أنّ نسبة من يرون بأنّ "إسرائيل" هي سبب التوتر، آخذة في الازدياد، حتى أنّ "إسرائيل" في نظر جمهور الولايات المتحدة، لم تعد حليفاً استراتيجياً كما كانت في السابق، إذ انخفضت النسبة من 70% عام 2009، إلى 54% فقط عام 2015 (وزارة الخارجية، 2016). ويُشير إيتامار رابينوفيتش، رئيس معهد "إسرائيل"، إلى أنّ تراجع صورة "إسرائيل"، يعود إلى سوء الإدارة الإعلامية، بما في ذلك على مواقع التواصل الاجتماعي (درور، 2016).

لكن، لا يُمكن تجاهل حقيقة أنّ بعض صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، قد حققت ما يُراد لها من نجاح. فمثلاً، باتت صفحة "المنسق" الإسرائيلي في الضفة الغربية وغزة، مثالاً على النجاح في التواصل، ونقل الرسالة الإسرائيلية إلى الجمهور الفلسطيني بسهولة (مولار، 2016). فقد استطاع جسر الهوة مع نسبة لا بأس بها من الفلسطينيين، الذين باتوا يلجأون إلى التواصل المباشر مع "المنسق"، أملاً في تخفيف معاناتهم، والحصول على تصاريح عمل، ورفع منع السفر الذي تفرضه "إسرائيل" عليهم.

## خاتمة

تُتهم الحكومة الإسرائيلية برئاسة بنيامين نتنياهو بأنها أهملت الإعلام والدعاية لصالح الدولة، ويأتي هذا الاتهام لأن نتنياهو نفسه يتقلد منصب وزير الخارجية، ولم يفرغ شخصية أخرى لهذا المنصب، الأمر الذي أضرب من وجهة نظر الكثيرين، بمنظومة الدعاية المطلوبة لصالح الدولة العبرية.

رغم ذلك، فإن المحاولات الإسرائيلية لخلق دعاية موجهة لصالح المشروع الصهيوني، تحديدًا على مواقع التواصل الاجتماعي، هو أمر ملحوظ، وآخذ في الازدياد. وبهذا الشأن، يمكن عرض بعض الاستنتاجات والتوصيات كما يلي:

**أولاً:** تنبّهت "إسرائيل" مؤخرًا لحجم الضرر الكبير الواقع عليها جرّاء مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك بدأت بسن القوانين التي تعاقب من يتعرض لأمنها على تلك المواقع.

**ثانيًا:** من المتوقع أن تنتهج "إسرائيل" سياسة أكثر فعالية على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد ظهر ذلك واضحًا في المؤتمرات والندوات التي دعت إلى ذلك خلال العامين الماضيين، خاصة المؤتمرات المهمة، كمؤتمر هرتسليا.

**ثالثًا:** سيلقي الوضع الإقليمي المساند لـ "إسرائيل" مؤخرًا، بظلاله على صورة "إسرائيل"، وينعكس إيجابيًا على الدعاية لصالحها، حيث ستراجع الدعاية المضادة، في ظل تقارب بعض الدول مع تل أبيب، وسيزداد حجم الدعاية المؤيدة، والمتناغمة مع رؤى بعض الزعامات الإقليمية.

**رابعًا:** شكلت حركة المقاطعة العالمية BDS، تحديًا حقيقيًا لـ "إسرائيل"، وخاصة من الناحية الثقافية والفكرية، وذلك بعد تبني رؤيتها من قبل عشرات آلاف المفكرين والفنانين والمثقفين في العالم. إلا أن السنة الأخيرة شهدت تراجعًا في نشاط الحركة، الأمر الذي يتطلب من الفلسطينيين العمل على إعادة الروح لها، لما تشكله من ضغط كبير على الاحتلال.

**خامسًا:** صفحات التواصل مع الفلسطينيين والعرب، كصفحة المنسق، وصفحة الناطق باسم الجيش، هي صفحات مخبرانية، تُقدم محتواها بعناية دقيقة، الأمر الذي يتطلب التوعية والحذر من التعاطي مع مثل هذه الصفحات، خاصة أنها تعج بعشرات الآلاف من المتابعين الفلسطينيين والعرب.

## المراجع

Vigo. (تشرين أول، 2015). ايروعي هترور شل اكتوبر 2015 برشتوت حبرتيوت ( أحداث تشرين أول 2015 في وسائل التواصل الاجتماعي ). نقابة الإنترنت الإسرائيلية.

افرايم لبيد. (13 آذار، 2017). معراخ هسيرا يسرائيلي خداس برشتوت هخبرتوتيشل ممشات يسرائيل لعام هفلسطيناي ( منظومة دعاية إسرائيلي جديد في وسائل التواصل الاجتماعي للشعب الفلسطيني ). تم الاسترداد من يسرائيل ديفينس: <http://www.israeldefense.co.il/he/node/28820>

الحنن مولار. (6 تموز، 2016). كتسين فديلمات ( ضابط ودبلوماسي ). تم الاسترداد من العين السابعة: <https://www.the7eye.org.il/209960>

اوريت بارلوب. (شباط، 2015). هرشتوت هخبرتيوت، هباعر بين همكار هكموتي فهايكوتي ( وسائل التواصل الاجتماعي: الفجوة بين البحث الكمي والنوعي ). معهد دراسات الأمن القومي.

بارك ريبد. (13 آب، 2013). مسراد روش هممشلا مكيم يحيادات تسللايم شل ستودنتيم لهسيرا بريشت ( مكتب رئيس الوزراء أقام وحدة ظل من الطلاب للدعاية الإسرائيلية ). تم الاسترداد من هارتس: <https://www.haaretz.co.il/news/politics/.premium-1.2095791>

بيزك. (آذار، 2016). هحاييم بعيدان هديجتالي، دوخ بيزك لمتساب هانترنت بيשראל ( الحياة في العصر الديجتالي، تقرير بيزك لوضع الإنترنت في إسرائيل ). بيزك.

تسابي زارخيا. (15 كانون ثاني، 2015). همدينا تكتسيه مليون شيكل لدلوماتيا تسيبوريث برشتوت خبرتيوت ( الدولة ستدفع مليون شيقل للدبلوماسية في مواقع التواصل الاجتماعي ). تم الاسترداد من ذ ماركر: <https://www.themarket.com/news/1.2538175>

جاليت باردوجو. (نيسان، 2016). ممشليت هتسللايم شل بنتحومي هرتسليا ( حكومة الظل في مؤتمر هرتسليا ). معهد هرتسليا.

جولان بلتسر. (13 آب، 2017). هالترنتيا لهسيرا مودرنيت، يسرائيل فتوخن شيفوكي ( خيار للدعاية العصرية: إسرائيل والمضمون التسويقي ). تم الاسترداد من ايس: <http://www.ice.co.il/opinions/news/article/579395>

جيل روزن. (7 كانون اول، 2016). هحاييم بعيدان هديجتالي ( الحياة في العصر الديجتالي ). بيزك.

حان حسون. (9 آب، 2016). مهياخ: هيسرائيليم هي بوبولاريم فمشفيعيم بانستغرام ( انقلاب: الإسرائيليين الأكثر تأثيراً في الانستغرام ). تم الاسترداد من ويلا: <https://tech.walla.co.il/item/2986348>

حن ايدان. (3 تموز، 2011). هممشلا متحبيرت لرشوتوت حبرتيوت ( الحكومة تدخل شبكات التواصل الاجتماعي ). تم الاسترداد من كويك تايم: <https://www.geektime.co.il/social-media-for-government>

دا ماركت. (نيسان، 2017). شيفوك بانترنت ( تسويق عبر الإنترنت ). دا ماركت.

دانا فايلر. (20 آذار، 2016). مدراج هجزعنوت هيسرائيلي، سونثيم عربي مشير مبكشي مكلات ( ترتيب العنصرية الإسرائيلي، يكهون العرب أكثر من طالبي اللجوء ). تم الاسترداد من ويلا: <https://news.walla.co.il/item/2945190>

دوري بن يسرائيلي. (24 نيسان، 2017). ديروج عمودي هفيسبوك، نتياهو فيخيموفيتش روش بروش ( ترتيب صفحات الفيسبوك، نتياهو ويخيموفيتش رس برأس ). تم الاسترداد من مزبلا: <http://mizbala.com/fanpages/118800>



دوري بنيسرائيلي. (16 شباط، 2017). فيسبوكس لايك بيبي: نتتياهو حتسا هليلا جبول 2 مليون اوهديم ( فيسبوك لايك بيبي: نتتياهو اجتاز الليلة 2 مليون متابع ). تم الاسترداد من مزبلا: <http://mizbala.com/news/118112>

رافي مين، و ازي بنلنون. (2017). دوخ شنتي، هتكشورت ببسراييل 2016 ( تقرير سنوي، الإعلام في إسرائيل 2016 ). جامعة ارئيل: مستوطنة ارئيل.

رامي يونس. (12 شباط، 2017). مداد هجزعنوت، كول 46 شنيوت متبرسيم برشتوت خبرتيوت بوست جزعني نجد عربي ( قياس العنصرية: كل 46 ثانية يتم نشر مضمون عنصري ضد العرب في مواقع التواصل الاجتماعي ). تم الاسترداد من سيخا مكوميت: <https://mekomit.co.il/%D7%9E%D7%93%D7%93-%D7%94%D7%92%D7%96%D7%A2%D7%A0%D7%95%D7%AA>

شمعون افيرجان. (8 تشرين اول، 2015). لسنو عربي زي عرخيم، هخايلت شهسيرا فيسبوك ( كراهية العرب أمر قيمي، المجندة التي عصفت في الفيسبوك ). تم الاسترداد من ماکو: <http://www.mako.co.il/pzm-magazine/Article-cf85d5d52e74051006.htm>

شمعون كوهين. (19 ايلول، 2017). ايخ عوسيم هسيرا يسراييليت نخون ( كيف نقوم بدعاية إسرائيلية صحيحة ). تم الاسترداد من القناة السابعة: <https://www.inn.co.il/News/News.aspx/351118>

عمري روخ. (28 يوليو، 2015). ايخ لعسوت هسيرا يسراييليت ديرخ رشتوت خبرتيوت ( كيف يمكن القيام بدعاية إسرائيلية على شبكات التواصل الاجتماعي ). تم الاسترداد من Face4biz: <http://www.face4biz.co.il/?p=1140>

فيكي اوسلندر. (2 تموز، 2017). افلكتسيوت هسيرا شمكديم هسار اردان بجعا برتيوت هجولشيم ( تطبيق الدعاية الذي أطلقه اردان مس خصوصية المتصفحين ). تم الاسترداد من كلكست: <https://www.calcalist.co.il/internet/articles/0,7340,L-3716310,00.html>

كيرن برال وفيجو . (آب، 2017). تشعا بآب 2017، سننا حينم بريشت ( 9 آب 2017، كراهية بالمجان على مواقع التواصل الاجتماعي ). نقابة الانترنت الاسرائيلي.

وزارة الخارجية. (13 نيسان، 2011). يسراييل مديريت عربي ( إسرائيل تتحدث العربية ). وزارة الخارجية.

وزارة الخارجية. (2016). بعلوت مسراد هخوتس، فهدبوماتيا هيسراييليت بمسراد هخوتس ( أعمال وزارة الخارجية، والدبلوماسية الإسرائيلية في وزارة الخارجية ). القدس: وزارة الخارجية.

ياعل درور . (نيسان، 2016). هزدهوت هعولام، لعولام عم هسوبيلم ( تضامن العالم لم يكن مطلقاً مع المضطهدين ). مجلة هرائيل- الاصدار الثاني.

يوزموت كيرن ابراهام. (9 آب، 2015). هستا فجزعنوت برشتوت خبرتيوت ( تحريض في مواقع التواصل الاجتماعي ). يوزموت كيرن ابراهام.

يوسي اسولان. (21 آذار، 2016). عسور لتويتر، مئات هيسراييليم هموبيليم بريشت ( عقد على تويتر، المائة إسرائيلي المسيطرين في الموقع ). تسويتسيم.

# VISION

FOR POLITICAL DEVELOPMENT