

تقنيات الدعاية في خطابات قادة الاحتلال الاسرائيلي تجاه التطبيع مع الدول العربية

Farid Abudheir

*Assistant Prof., Department of Communication &
Digital Mediam An-Najah Nationl University
Nablus, Palestine*

Wafa Abu Turabi

*BA Graduate, Department of Communication &
Digital Media, An-Najah Nationl University, Nablus,
Palestine*

Lama Qani

*BA Graduate, Department of Communication & Digital Media, An-Najah Nationl
University, Nablus, Palestine*



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

نشر إلكترونياً بتاريخ: ١١ نوفمبر ٢٠٢٣ م

2020/8/13 حتى 2021/10/24. وتوصلت إلى أن

قادة الاحتلال الإسرائيلي يحاولون التحكم بمصائر الشعوب العربية واستمالة عواطفهم من خلال التحريض وتفتيت الرأي العام الداعم للقضية الفلسطينية بواسطة تقنيات الدعاية، مثل العموميات البراقة، وخلق الاستعداد، والشمل الجماعي، وغيرها من التقنيات التي تناولتها هذه الدراسة. كما يعملون على حشد تأييد الرأي العام الإسرائيلي وتعبئته نحو ضرورة موالاة هذه الخطاب الخاص بالتطبيع، مقابل وضع عدة حلول وتسهيلات لهم للتخفيف من أعباء السفر وحل مشكلة غلاء المعيشة وتوفير الأمن لهم.

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التقنيات الدعاية التي يستخدمها قادة الاحتلال الاسرائيلي في خطاباتهم تجاه التطبيع، وتحديد المصطلحات المستخدمة فيها، وإظهار المعاني الكامنة التي تحملها، ودلالاتها في التأثير على الرأي العام العربي والفلسطيني. وقد تم اعتماد منهج الدراسات المسحية، واستخدم الباحثون وحدة الفكرة ووحدة الشخصية في تحليل المضمون، وشملت الدراسة جميع خطابات قادة الاحتلال الاسرائيلي منذ توقيع اتفاقيات التطبيع مع الإمارات العربية المتحدة والبحرين تحت مسمى "الاتفاقيات الإبراهيمية" بتاريخ

to continue these decisions on normalization, in exchange for developing several solutions and facilities for them to reduce the burden of travel, solve the problem of the cost of living, and provide them with security.

Keywords: Propaganda Techniques, Discourse, Normalization, Israeli Occupation, Arab States, Palestine.

* المقدمة

شهدت بداية القرن العشرين ظهور مصطلح "الدعاية" بمعنى سلمي، حيث استخدمتها الأنظمة الثورية والعسكرية والدكتاتورية بشكل منظم وهادف. وبعد ظهور الراديو والتلفاز ووسائل الاتصال الجماهيري أصبحت الدعاية أداة حرب تستخدم لتزوير الحقائق واستخدام الأكاذيب (الأقطش، 1999).

أما الدعاية الصهيونية لم تكن وليدة اللحظة، وإنما تعود إلى التفكير الصهيوني في فلسطين، حيث إن الاحتلال الإسرائيلي منذ نشأته، أظهر اهتمامه الكبير بوسائل الإعلام، مستخدماً الدعاية كأداة إعلامية لتحقيق أهدافه في حربه مع العالم العربي والشعب الفلسطيني خاصة. فيما يسعى الخطاب الدعائي الإسرائيلي إلى تصوير الواقع بشكل يتماشى مع أهداف الدعاية الصهيونية، مركزاً على التعايش السلمي والتطبيع، وتشويه القضية الفلسطينية، ويجادل إقناع العرب بهذا الواقع الذي يصنعه، وبالتالي تغيير التصورات الأولية للقضية الفلسطينية، وبناء تصورات جديدة تتوافق مع مبعثه (عزت، 2015).

الكلمات المفتاحية: تقنيات الدعاية، الخطاب، التطبيع، الاحتلال الإسرائيلي، الدول العربية، فلسطين.

Abstract

This study aims at identifying the propaganda techniques used by the leaders of the Israeli occupation in their discourses towards normalization with the Arab countries, identifying the used terms, and showing the underlying meanings they carry, and their role in influencing Arab and Palestinian public opinion. The 'survey studies' approach has been adopted. The researchers used unity of idea and the unity of personality in analyzing the content. The study included all the speeches of the Israeli occupation leaders since the signing of normalization agreements with UAE and Bahrain under the name of "Abraham Accords" on 13/8/2020 until 24/10/2021. It concluded that the leaders of the Israeli occupation are trying to control the destinies of the Arab peoples and woo their emotions by inciting and fragmenting public opinion in support of the Palestinian cause through propaganda techniques, such as glamorous generalities, creating collective preparedness and inclusion, among other techniques dealt with in the research. They also work to mobilize the support of the Israeli public opinion towards the need

- ١- ما المصطلحات المستخدمة في خطابات قادة الاحتلال الإسرائيلي تجاه التطبيع مع الدول العربية؟
 - ٢- ما المعاني الكامنة في الخطاب الدعائي لقادة الاحتلال؟
 - ٣- ما الموضوعات الظاهرة في خطابات قادة الاحتلال الإسرائيلي تجاه التطبيع مع الدول العربية .
 - ٤- ما هو دور قادة الاحتلال في الترويج لإقامة علاقات مع مواطني الدول العربية والتحريض ضد الشعب الفلسطيني وتطويع التقنيات الدعائية لخدمة السردية الإسرائيلية؟
- * ما يميز هذه الدراسة عن غيرها**

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية عملية التطبيع بين الدول العربية ودولة الاحتلال الإسرائيلي، والتي أحدثت صدىً واسعاً في العالم أجمع. كما رافق هذه العملية ضخ كم هائل من المعلومات والخطابات من مختلف الأطراف، وبخاصة المستفيد الأول من التطبيع، وهو دولة الاحتلال. إن أهمية الحدث هو الذي أنتج ضرورة الدراسة والبحث، وتحديد الخطاب الإسرائيلي الذي رافق عملية التطبيع. ومن المتوقع أن تكون هذه الدراسة مفيدة للباحثين الذين يرغبون بإجراء المزيد من البحث حول هذا الموضوع الذي لم يتم تناوله من قبل -حسب علم الباحثين-. كما أن هذه الدراسة ستكون مفيدة للنشطاء والسياسيين والإعلاميين الذين يبحثون ويكتبون في الشأن العربي الإسرائيلي وفي موضوع التطبيع خاصة. كما يمكن توظيف نتائج هذه الدراسة في نشر الوعي حول خطورة الخطاب الإسرائيلي؛ إسهاماً من الباحثين في تحصين المجتمعات العربية والشعب الفلسطيني، والتحذير من آثارها التي تهدف إلى تحقيق المصالح الإسرائيلية على حساب حقوق الشعب الفلسطيني ومصالح الأمة العربية.

ولسنوات عديدة، رفضت الدول العربية التطبيع مع دولة الاحتلال الإسرائيلي، فيما اعتبرت معادية لها، ثم تغيرت نظرة هذا الدول للكيان الصهيوني، حيث بدأت أبواب التطبيع مع دولة الاحتلال تتفتح منذ سبعينيات القرن العشرين المنصرم وتوقيع هذه الدول اتفاقيات السلام معه، رغم ذلك ظل الموقف العربي متمسكاً نوعاً ما تجاه تطبيع العلاقات مع الاحتلال، كما لم تساهم تلك الاتفاقيات بحل القضية الفلسطينية، إنما ازداد هذا الاحتلال تطرفاً، وازدادت حدة انتهاكاته بحق الشعب الفلسطيني. (المركز العربي للدراسات والأبحاث والسياسات، 2020).

*** مشكلة الدراسة**

أسهم تطور وسائل الإعلام والاتصال في التسهيل على الاحتلال الإسرائيلي وقادته استخدام أساليب دعائية مختلفة بهدف التأثير على العالم العربي والإسلامي، حيث استغل تواجد غالبية الجماهير العربية والإسلامية على مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلهم مع مختلف القضايا المطروحة، وكان من أهمها خطابات قادة الاحتلال الموجهة للدول العربية ودعوتها للتطبيع مع الاحتلال (صيفي وعيسى، 2022). من هنا، تم تحديد مشكلة الدراسة بالتعرف على أهم التقنيات الدعائية التي يستخدمها قادة الاحتلال الإسرائيلي في خطاباتهم تجاه التطبيع مع الدول العربية، ودلالات تلك التقنيات والمصطلحات المستخدمة ذات التأثير على الجمهور العربي. وقد سعت هذه الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي الآتي: ما التقنيات الدعائية المستخدمة في خطابات قادة الاحتلال الإسرائيلي تجاه التطبيع مع الدول العربية؟

وتدرج تحته مجموعة من الأسئلة:-

وحدد الباحثون الحدود الزمانية والمكانية والموضوعية لهذه الدراسة، والتي تبحث منذ بداية التطبيع بشكل علني مع الإمارات العربية المتحدة والبحرين، يوم 2020/8/13 حتى يوم 2021/10/24. بينما ترسم حدودها في فلسطين بشكل رئيس والوطن العربي بشكل عام، وذلك للتعرف على تقنيات الدعاية المستخدمة في خطابات قادة الاحتلال الاسرائيلي تجاه التطبيع.

* الإطار النظري والدراسات السابقة

* الإطار النظري

اعتمدت هذه الدراسة على نظرية تحليل الخطاب (نورمان فاركلوف) التي تُعد من النظريات الحديثة في مناهج الأبحاث الترابطية والثقافية الاجتماعية، وتعتمد في تحليل الخطاب على النص والفعل الخطابي والفعل الاجتماعي، وذلك لأنها ترتبط بعلاقات بين جماعات معينة وتصدر عن أفراد يتبوؤون مناصب معينة في المجتمع، وبذلك تهدف إلى توضيح العلاقات البعيدة عن رؤية الناس، مثلاً: علاقات اللغة، القدرة، الأيديولوجيا. فالنتائج التي تسهم فيها الأيديولوجيا يمكن إبانها من خلال إقامة العلاقات الاجتماعية المرتبطة بالسلطة والسيطرة والاستغلال، والعمل على صيانة هذه العلاقات أو تغييرها، كما أن النصوص تعتبر من العناصر المكونة للأحداث الاجتماعية، لذلك لا بد من معالجتها من خلال التركيز على سيرورتها التفاعلية في حالة التحوار وجهاً لوجه (فاركلوف، 2009، ص38)، وأيضاً تحليل الفئات اللغوية وما تنتجه من الدلالات السلطوية، كاختيار المبني للمعلوم في الصريح بالإلجازات، والمبني للمجهول في الحديث عن الإخفاقات، والإسراف في التعدي في الإحالة إلى ذات المتكلم ومن يمثلهم

(أنا- نحن- نا..)، ونهج اللزوم عند الإشارة إلى الخصوم والمنافسين دلالة على عجزهم وقصوره (بطاوي، 2019، ص11).

وكذلك نظرية الأطر الإعلامية: وهي عملية انتقاء وتسليط الضوء على بعض الجوانب الواجب التركيز عليها وإبرازها بهدف التأثير على الجمهور وغرس الفكرة من الموضوع في أذهانهم. كما يعمل الإطار الإعلامي على تفسير النصوص والحقائق الواردة في المحتوى الإعلامي حتى يتسنى للجمهور فهمها. ويقوم منتج الخطاب بتأطيره، أي انتقاء ما يتناسب مع الموضوع الواجب إيصاله إلى الجمهور، ويتناسب أيضاً مع أفكاره واتجاهه، وذلك من خلال تسليط الضوء على جوانب وإهمال جوانب أخرى في الخطاب الإعلامي. والهدف من ذلك هو تحقيق أهداف فكرية أو أيديولوجية ترتبط بالوسيلة الإعلامية أو بالقائم على هذا الخطاب (حسونة، 2015، ص23). ويتضح من هذا التعريف بنظرية الأطر الإعلامية العلاقة الوثيقة بدراستنا، حيث نبحت في الأساليب التي يستخدمها قادة الاحتلال في وضع المعاني المرغوبة ضمن الخطاب، وإخفاء تلك غير المرغوبة، فضلاً عن استخدام الألفاظ الهادفة لتحقيق النتائج المرغوبة.

* الدراسات السابقة

استدعى موضوع "الخطاب"، اهتمام الباحثين، حيث بحث العلماء في جوانب عدة تتعلق بهذا المجال. كما أن هناك عدد من البحوث التي تناولت الخطاب الإسرائيلي وتأثير تقنيات الدعاية التي يستخدمها الاحتلال وقادته وإعلامه على الرأي العام العربي والفلسطيني. فقد تناولت دراسة صيفي وعيسى (2020) مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفخاي

أدرعي) على تطبيق (تك توك) خلال الحرب على قطاع غزة عام 2021. وقد تكوّن مجتمع الدراسة من (187) مقطع فيديو منشور على تلك الصفحة على منصة التيك توك، وتم تحليل نتائج البحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. كما تم استخدام عينة المسح الشامل تألفت من (47) مقطع فيديو باستخدام أداة الدراسة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى أن توظيف التقنيات الدعائية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال عبر تطبيق (تك توك) كانت ما بين (75%) و(5%)، وهما تقنية أنصاف الحقائق وتقنية العربية، ومن توصيات الدراسة العمل على تكثيف الردود المضادة لخطاب الدعاية للاحتلال والتوعية بخطورة الدعاية الإسرائيلية.

وجاءت دراسة (Qaddoura, 2017) لبحث استراتيجيات الدعاية الإسرائيلية من خلال دراسة حالة لعملية الجرف الصامد في غزة 2014، والتي أظهرت أن إسرائيل تميل لاستخدام أنواع متعددة من تقنيات الدعاية لحماية نفسها من اتهامات المجتمع الدولي، ومحاولة تبرير الجرائم التي ارتكبتها جيشها بحق الفلسطينيين في قطاع غزة من خلال إظهار "التعاطف"، وإعادة صياغة قضية قتل المدنيين بالترويج أنه لا يمكن إلقاء اللوم على إسرائيل وحدها لأنها تفعل ذلك دفاعاً عن النفس، كما أن دعايتها استهدفت جمهورها في الدول الإسلامية وغير الإسلامية من خلال تزويدهم بمعلومات كاذبة بهدف خلق رأي عام تجاه سكان قطاع غزة. ويذكر أن جيش الاحتلال في ذلك العام قتل أكثر من ألفي فلسطيني خلال عدوان استمر 51 يوماً، وكان ربع هؤلاء الضحايا من الأطفال، حيث فقدت 142 عائلة حوالي ثلاثة أو أكثر من أفرادها. بالإضافة إلى الإصابات التي وصلت إلى حوالي 11 ألف فرد من أهالي غزة.

وعندما برز المتغير الإعلامي كأحد المتغيرات المهمة في المنطقة العربية جاءت دراسة (Said, 2020) لتستكشف الخطاب الدعائي الإسرائيلي في الإعلام الرقمي تجاه الجمهور العربي في الشرق الأوسط، وكيفية تأطير وسائل الإعلام للمحتوى الذي تنشره عبر صفحاتها الناطقة باللغة العربية على وسائل التواصل الاجتماعي، مستخدمة خطاب معزز بتقنيات دعائية تهدف إلى التقارب مع العرب، وكيفية استغلال إسرائيل لهذه الوسائل الإعلامية لاستكمال دعايتها في العالم بشكل عام والشرق الأوسط على وجه الخصوص من أجل ترسيخ وجودها كدولة لها أصولها وتمكين احتلالها في فلسطين. وفي ظل رفض الشارع العربي الذي لا يزال يعيش في حالة صراع مع إسرائيل، أظهرت الدراسة محاولتها استغلال التقنيات الحديثة وتأطير الصراعات القائمة في الشرق الأوسط من خلال استخدام تقنيات الدعاية لخلق جسور التواصل بينهم والشعوب العربية.

بينما بحثت دراسة أبو شنب (2017) في الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014 عبر منصة "فيس بوك". وأظهرت الدراسة التحليلية للخطاب الدعائي المعاني الكامنة في الصور والمنشورات النصية والموضوعات الظاهرة والدلالات الكامنة في الصور الفوتوغرافية على صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال باللغة العربية "أفخاي أدرعي" على موقع الفيس بوك. وتم استخدم أداتي تحليل المعاني الكامنة وتحليل الصورة على عينة مكونة من (120) صورة منتقاة من أصل (250) صورة. واعتمد الباحث على نظرية الأجندة، حيث توصل إلى أن الخطاب الدعائي الإسرائيلي قام بتبرير استهداف المدنيين الفلسطينيين، وإظهار الحرص على سلامتهم في ذات الوقت. كما ركز على

تحميل حركة حماس مسؤولية القتل والدمار، ونزع صفة "الإسلامية" عنها. واستخدم الخطاب الدعائي الإسرائيلي الإحصائيات بشكل كبير.

كما سعت دراسة أبو شعيشع (2022) إلى تحقيق هدف رئيس، وهو رصد وتحليل آليات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي لتصوير العلاقات الدبلوماسية العربية الاسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي بعد موجة التطبيع الأخيرة في عامي 2020-2021، وذلك بعد تطور العلاقات الدبلوماسية مع الأقطار العربية وإقامتها بشكل رسمي وعلني. وتم تطبيق هذه الدراسة الوصفية على عينة عمدية قوامها (1386) منشور من صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" متواجدة على موقع الفيسبوك، وتم استخدام أداة تحليل المضمون. وتوصلت النتائج إلى أن الخطاب الإسرائيلي في هذه الصفحة يدعي أن اسرائيل دولة السلام والتسامح والمحبة، كما أنه سعى للتأكيد على مدى الترحيب النابع من الشعوب العربية تجاه إقامة علاقات دبلوماسية معها، وقدم التطبيع على أنه مطلباً استراتيجياً، مشيراً بذلك إلى ما ستحققه الدول العربية من مكاسب سياسية واقتصادية من خلال علاقتها الدبلوماسية مع اسرائيل، فهذه الصفحة ركزت على وسائل الإبراز للمضامين (الصور، الفيديو، الكاريكاتير). وأيضاً رصدت دراسة نعيم (2017) الخطاب الدعائي الاسرائيلي باللغة العربية نحو قضية المقاومة الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي، وبحثت في أهم الموضوعات الخاصة بالمقاومة الفلسطينية، واهتمت بالأطروحات ومسارات البرهنة والأطر المرجعية، ورصدت صفات ووظائف القوى الفاعلة. كما تطرقت الدراسة إلى أوجه الاختلاف والاتفاق بين خطاب صفحتي المنسق على

الفيسبوك وأفخاي أدري على تويتر. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على ثلاثة مناهج وهي: منهج تحليل الخطاب، ومنهج الدراسات المسحية، ومن ضمنها استخدم أسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة الذي تم في إطاره توظيف أسلوب المقارنة المنهجية. واستخدمت الباحثة نظرية ترتيب الأجنحة ونظرية الإطار الإعلامي، واستخدمت الباحثة أداتي استمارتي تحليل المضمون وتحليل الخطاب لجمع البيانات. وتمثل مجتمع الدراسة في الصفحات الاسرائيلية الناطقة بالعربية. وخلصت إلى أن صفحتي الدراسة اعتمدت في خطابها على المصدر الرسمي وغير الرسمي في الحصول على المعلومات والبيانات، كما هدفت إلى تشويه صورة المقاومة الفلسطينية بالمرتبة الأولى بنسبة (19,8%)، وجاء أسلوب "التضليل والتعظيم" بالمرتبة الأولى بنسبة (34,5%).

وتناولت دراسة دويكات (2020) تحليل اللغة والأسلوب الذي يعتمد الناطق الرسمي للجيش الإسرائيلي "أفخاي أدري" على موقع الفيس بوك لمعرفة طبيعة الدوافع التي أثار فضول المستقبل العربي والفلسطيني وجعلته متأثراً يتفاعل مع صفحة الناطق. واعتمدت الدراسة على منهج تحليل الخطاب بالاستعانة بأداة تحليل المعاني الكامنة لنصوص المنشورات وأداة تحليل الصور والفيديو. وتوصلت الدراسة إلى أن "أدري" استخدم البعد الديني لاستمالة جمهوره من العرب، ومثل المرتبة الرابعة من حيث عدد المنشورات، أما الأسلوب الإقناعي والتبريري، فقد جاء بالمرتبة الأولى، يليه البعد الانساني، وأسلوب إبراز القوة العسكرية لجيش الاحتلال في المرتبة الثانية، أما أسلوب التحريض ضد الفلسطينيين وتشويه صورتهم، فقد جاء في المرتبة الثالثة.

وخلصت الدراسة إلى أن شخصية "أدرعي" غير العادية، حسب وصف الباحثة، ومن خلال موقعه في "الجيش الإسرائيلي"، أهله لممارسة العمل الدعائي المدروس والمخطط. فالأسلوب الاستفزازي، واللغة المغلفة بالكلام المعسول في منشوراته، استطاعت أن تمس المشاعر الانسانية والدينية والاجتماعية والسياسية، بالرغم من أن ردود الفعل السلبية غلبت عليها، إلا أنها كانت السبب في ازدياد عدد الاعجابات والتعليقات في صفحته، دون أن يعتمد على الإعلانات الممولة لاستقطاب المعجبين.

وتحدثت دراسة عبد المنعم (2022) عن كيفية تناول جيش الاحتلال الإسرائيلي لتوقيع الكيان الصهيوني أربع اتفاقيات سلام مع أربع دول عربية في عام 2020، وذلك من خلال رصد وتحليل تغريدات المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي "أفخاي أدرعي" على موقع تويتر، ومعرفة أبرز الأمور التي يركز عليها في تغريداته للتعرف على الأطر الإعلامية المستخدمة فيها، وكذلك الوقوف على مستوى تفاعل المتابعين لهذه الصفحات والتعرف من خلالها على اتجاهات المتابعين. وامتدت فترة الدراسة على مدار أربعة أشهر ونصف، بدءاً من 13 أغسطس 2020 إلى 30 ديسمبر 2020، واعتمدت على نظرية الأطر الإعلامية. وتصنف الدراسة ضمن الدراسات التحليلية الوصفية، واشتملت على المنشورات على موقع "أدرعي"، حيث تم استخدام استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات. وأوضحت الدراسة أن نسبة تعليقات المتابعين الراضة لتوقيع الكيان الإسرائيلي لاتفاقيات للسلام مع أربع دول عربية بلغت 72.6%، وأن نسبة التعليقات المؤيدة لتوقيع الاتفاقيات بلغت 16.9%.

وكانت دراسة (Al-Kubaisi, 2022) قد هدفت إلى البحث في دور القيادة المتغيرة في كل من قطر والإمارات العربية المتحدة في سياق الأحداث الإقليمية والدولية، وتأثيرها على السياسة الخارجية للدولة، وتحديد العلاقات الإسرائيلية والتدخلات الإقليمية. وتستخدم هذه الدراسة منهجية نوعية مع منهج دراسة حالة مقارنة، بالاعتماد على أربع خطابات ألقاها الشيخ حمد والشيخ تميم لقطر، والشيخ زايد والشيخ محمد بن زايد لدولة الإمارات العربية المتحدة. وتم تحليل هذه الخطب في سياق اتفاقيات إبراهيم واتفاقيات الرياض، وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه فيما يتعلق بالعلاقات الإسرائيلية، أدى التغيير في القيادة في دولة الإمارات العربية المتحدة إلى تحول أقوى في السياسة الخارجية مقارنة بحالة قطر، كما يتضح من تطبيع العلاقات مع إسرائيل، كما أن الإمارات انتقلت من استخدام الدبلوماسية والقوة الناعمة إلى استخدام القوة الصارمة لمعالجة المخاوف الإقليمية، في حين تراجعت قطر عن استخدام القوة الصلبة في التعامل مع القضايا الإقليمية واختارت بدلاً من ذلك الدبلوماسية والوساطة.

وتناولت دراسة صالح (2019) سيميائية الخطاب الدعائي في مواقع التواصل الاجتماعي للتقارير الإخبارية في موقع قناة "مكان" الإسرائيلية، حيث ركزت على اتخاذ القرارات، أو محاولة وصف وسائل الإعلام وتحليل تأثيرها في الجمهور، أو محاولة فهم سلوك الجمهور، إذ تمثل موضوعاً يحيط به الغموض، أو ظاهرة بحاجة إلى تفسير، أو قضية خلافية. وتسلط الدراسة الضوء على مفهوم السيميائية وبعدها الاتصالي في الخطاب الدعائي، ومدى الترابط الوظيفي بينهما في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، إذ تعد السيميائية

النقدي (CDA) له دور محوري في فهم اللغة المستخدمة في الخطابات الإعلامية.

وتناولت دراسة (Boujelbene, 2020)

أساليب الدعاية الإسرائيلية في وسائل الإعلام الجديدة الناطقة بالعربية، لاسيما فيس بوك؛ وذلك بشأن التطبيع الثقافي لرصد أهم المحتويات والمصادر والأهداف وأشكال الدعاية المستخدمة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، مستخدمة نموذج تحليل المحتوى لجمع البيانات وتصنيفها خلال الفترة من 25 شباط 2020 إلى 31 أيار 2020. ومن الصفحات الناطقة باللغة العربية التي تناولتها الدراسة: "أفيخاي أدراي"، و"إسرائيل تتحدث العربية"، و"المنسق". وتوصلت الدراسة إلى عدة استنتاجات، أهمها أن المشاركات المنشورة على الثلاث صفحات حول مواضيع ثقافية فقط بنسبة 30.74%، إجمالي المشاركات المقدمة خلال فترة الدراسة المحددة، أي 309 من أصل 1005 مشاركة. وكانت أكثر الموضوعات التي نوقشت في هذه المنشورات هي قضية الأيام الدينية، وتليها مشكلة السلام والتعايش، وموضوع الاقتباسات الفنية، كما برز أسلوب التكرار كواحد من أكثر الأساليب المستخدمة في الدعاية الإسرائيلية للتطبيع الثقافي، ثم طريقة الصورة الذهنية، وتليها طريقة المصطلحات، ثم طريقة الحجج الدينية، وكان هدف تهيئة المتابع والدعوة للتطبيع في مقدمة الأهداف التي سعى إليها في صفحات الدعاية الإسرائيلية الناطقة بالعربية، يليها هدف التعايش وتحميل صورة إسرائيلي.

* تعقيب

تبين من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ندرة الأبحاث حول تقنيات الدعاية في خطابات قادة الاحتلال

نظرية عامة للدلالة، وتتمارس دورها داخل الفكر الإنساني. كما تظهر قدرة السيميائية في بعدها الوظيفي عن طريق العلامات والرموز وتوليد الدلالات التي وظفتها قناة "مكان" الإسرائيلية في تقاريرها الإخبارية. كما تعتبر إضافة أكاديمية للمكتبة الإعلامية في وقت تعاني فيه من قلة البحوث والدراسات في مجال التحليل وفق المنهج السيميائي من جانب، وآليات الخطاب الدعائي من جانب آخر. وتساعد الدراسة في تقديم رؤية علمية منهجية حول المقاربات السيميائية، وتحليل المستويات التعيينية والتضمينية للصوت والصورة لقناة "مكان" الإسرائيلية. فهي تمثل محوراً مهماً لرصد وتحليل التوظيف السيميائي في السياقات الدعائية لقناة فضائية إسرائيلية موجهة باللغة العربية.

وتحدثت دراسة (Suwarno & Sahayu, 2020)

عن تمثيل فلسطين وإسرائيل في وسائل الإعلام الوطنية والدولية. وهدفت دراسة الخطاب النقدي الحالية (CDS) إلى كشف كيف تقوم أكبر وسائل الإعلام الإخبارية الوطنية والدولية: جاكورتا بوست، ونيويورك تايمز، ببناء التحيز الإعلامي في تصوير فلسطين وإسرائيل فيما يتعلق بالصراعات الأخيرة في عامي 2019 و2020. تم اعتماد نظام العبور في اللغويات الوظيفية النظامية في هاليداي (SFL) لدراسة السمات النصية أو اختيار الكلمات في بنود (4) مقالات إخبارية من كل وسائل الإعلام الإخبارية. وأظهرت النتائج أن كلا الوسيلتين لديهما أوجه تشابه، كما لو أنها تفضل فلسطين كضحية للصراعات أكثر من إسرائيل كدولة مجرمة حرب. ومع ذلك، فإن جاكورتا بوست ونيويورك تايمز لديهما حساسيات مختلفة في بناء التحيز الإعلامي. وتشير هذه الأدلة التحريبية إلى أن تحليل الخطاب

الإسرائيلي تجاه التطبيع، ولكن كان هناك دراسات قريبة للتقنيات الدعائية والخطاب الدعائي الإسرائيلي على الوسائل الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي، كالفيسوك والتويتر. واستفاد الباحثون من الدراسات السابقة للتعرف على المناهج والأساليب والأدوات البحثية التي استخدمتها تلك الدراسات، وكيفية الاستفادة منها وتوظيفها لخدمة نتائج وأهداف الدراسة. والاطلاع على نماذج التحليل والنتائج المترتبة عليها والاستفادة منها.

وجاءت هذه الدراسة بعد إدراك الباحثين لمدى خطورة الخطابات الدعائية التي يروج لها قادة الاحتلال من أجل التطبيع مع الدول العربية، كما اعتمدت الدراسة على عينة المسح الشامل للمصدر، وتحليل الكلمة والجملة والعنوان، كما تأمل أن تكون هذه الدراسة مكملية للدراسات السابقة في تعزيز إظهار الخطاب الدعائي الإسرائيلي في مختلف الوسائل الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي.

* مصطلحات الدراسة

١- **الدعاية:** هي رسالة إعلامية قادرة على تغيير سلوك الأفراد وتغيير آرائهم، وذلك من خلال شن حرب نفسية على الأفراد حتى يصبح الفرد لا يؤمن بقدراته وأفعاله ومعتقداته (الأقطش، 1999، ص24).

٢- **تقنيات الدعاية:** هي الطرق والأساليب المستخدمة للتلاعب بعقول الأفراد وسلوكهم. واستخدمت الدعاية ذلك من خلال مواقع التواصل الجماهيري، حيث يحتاج الأفراد إلى اشباع رغباتهم من المعلومات (الشحف، 2015).

٣- **الخطاب:** هو منهج بحثي في مجموعة من عناصر مترابطة ومتميزة من الجمل أو النصوص والأقوال، ويشتمل على أكثر

من جملة أولية، أو أي منطوق أو فعل كلامي يفترض وجود راوٍ ومستمع، ويهدف الراوي إلى التأثير بالمستمع من أجل إيصال رسالة ما (سنجق، 2021).

٤- **الخطاب الدعائي الإسرائيلي:** استخدم الاحتلال الإسرائيلي تصريحات قاداته وإعلامه، وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الروح المعنوية للشعب الفلسطيني وتحطيمها، خاصة في الخطابات التي تتضمن موضوع التطبيع. كما تعمل هذه الخطابات على تبرير جرائم الاحتلال، وتعزيز مشروعية ممارساته ضد الشعب الفلسطيني (صبيح وسمير، 2020).

٥- **الخطاب الإعلامي:** هو نقل مجريات الأحداث الحياتية اليومية عبر وسائل الإعلام لتصل إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور. كما أن للخطاب الإعلامي أثر قوي في جذب الجمهور وتحريك الرأي العام (نسمة، 2019).

٦- **التطبيع:** هو علاقة مصلحة قائمة على التعايش مع الطرف الآخر بما يجمله ذلك الطرف من صفات وعادات وتقاليد مختلفة، وما يبدر عن الطرف الآخر من تصرفات، بغض النظر فيما إذا كانت تلك التصرفات أخلاقية أم لا (أشرف، 2020).

* الإطار المفاهيمي

ظهر مصطلح الدعاية في القرن السابع عشر وكانت تعني الدعوة إلى المسيحية والتبشير. وبعد ظهور النازية اختلف المعنى من الدعاية، فأصبحت تعني التزوير والتحريف. وتعرف الدعاية الإعلامية بأنها "الرسالة التي تحمل في داخلها مضامين وأفكار، تهدف إلى تغيير قناعات وسلوك الأفراد والجماعات بما يتناسب مع أهداف ومصالح المصدر" (الأقطش، 1999،

ص18-19). ومن الأمور التي طورت من الدعاية الإعلامية، العامل النفسي والحرب النفسية وإعادة التعليم وغسل الأدمغة، بالإضافة إلى العلاقات العامة والإنسانية، ووسائل الاتصال الجماهيري والإعلام.

وللدعاية أنواعٌ عدة، أهمها الدعاية البيضاء أو العلنية المكشوفة لجمهور، حيث يتم بثها على مواقع التواصل الاجتماعي والجماهيري والصحف والاذاعات. أما الدعاية السوداء فهي المخفية عن الجمهور والناس، وتكون المسؤولة عنها أجهزة المخابرات، كما لا يتم الكشف عن مصادرها بتاتاً. وتتطور الدعاية السوداء وتنمو في أرض العدو وعلى مقربه منه. أما الدعاية الرمادية فتكون مكشوفة للناس، ولا تخشى أن يتم كشف مصادرها، لكن يكون وراءها هدف مخفي (النتشة، 2019).

ومن أهم التقنيات الدعائية التي استخدمت في هذا البحث، هي: **تقنية العموميات البراقة** التي يستخدم فيها المخاطب الكلمات الفاضلة والإيجابية بهدف الترويج لقضية ما، مثل السلام والحرية والشرف وغيرها، وكذلك بعض الكلمات والأفكار الجذابة، كالديموقراطية والمساواة والعدالة، للتأثير على الجمهور. وتكمن المشكلة في أن هذه الكلمات تعني أشياء مختلفة لأشخاص مختلفين، وغالباً ما يتم التلاعب بها في إطار العملية الدعائية (Lee & Lee, 1939, P.47)، كما تم استخدام تقنية خلق الاستعداد وذلك لتقديم مساعدات ومعالجات وإظهار النوايا الحسنة، لبناء مواقف جيدة لدى الجمهور المستهدف (السامر، 2015)، فيما تعني تقنية حشد التأييد الشعبي قيام أحد الأطراف باستدعاء حدث ما واستغلاله لغرس أفكار تتعلق بتضحياته من أجل

الحفاظ على مجموعة من الناس وتلبية احتياجاتهم، وكذلك بث حالة من الخوف والقلق لدى الرأي العام تجاه أي فعل مناوئ له، والحرص على حشد الرأي العام وتعبئته نحو موالاة هذا الحكم وتأييد سياساته (خليفة، 2020)، أما تقنية **الشمّل الجماعي** تعني وصف المشاركين في حدث ما بتسمية ما تصفهم جميعاً على أنهم مجموعة واحدة. فيمكن أن يذكر المخاطب مجموعة ما على أنها شخص معين، أو يمكن أن يذكر مجموعة من الأفراد ويضع لهم اسماً ضمن مجموعة واحدة (غلام والثلب، 2019).

ويقوم المخاطب من خلال تقنية **إظهار القوة** بالتحدث مع الجمهور من موقع القوة، لاسيما في أوقات الأزمات والصراع. كما أن إظهار القوة أمام الخصم يعمل على زرع الرهبة والخوف عنده (السامر، 2015)، بينما تعبر تقنية **الإخفاء** عن أشياء غير موجودة في نص الخطاب أو الخبر، على الرغم أن لها وزناً يعادل تماماً الأشياء الموجودة والمذكورة في النص (غلام والثلب، 2019)، وفي تقنية **الافتراض المسبق** بعض معاني الخطابات تكون مخفية، وأخرى يتلقاها القارئ على أنها مسلمات، ويفترضها على أنها حقيقة مسلم بها، لكنها في الحقيقة عكس ذلك (غلام والثلب، 2019)، ويؤكد المخاطب على المنجزات التي استطاعت السلطة القيام بها من خلال تقنية **إضفاء الشرعية** (الإنجاز) (خليفة، 2020)، وبواسطة تقنية **الخلاص** يحرص المخاطب على طرح السبل التي تمكنه من الخلاص من أزمة ما دون تجريح أو إهانة للطرف الآخر، أو المساس بالمصالح الثنائية بين الطرفين، ودون وجود تداعيات سلبية تضر بالعلاقة بين الطرفين (خليفة، 2020).

* الدعاية الصهيونية

الدعاية الصهيونية هي جزءٌ لا يتجزأ من الإعلام الصهيوني. والدعاية تتكامل مع الصهيونية، سواء في تأثيرها على الشعب العربي أو في تأثيرها على العالم كله، فيما أدركت الصهيونية أهمية الإعلام والدعاية في التأثير على الرأي العام، وعملت بأقصى طاقتها على استغلاله، وقد نجحت نوعاً ما في ذلك، وذلك باستخدامها لأساليب الخداع والكذب بطرق ذكية (عزت، 2015، ص3).

وأكثر ما يميز الدعاية الصهيونية هو وضوح أهدافها. ومن هنا تعمل على تنفيذ مشاريعها الدعائية وتأثيرها على الرأي العام. تعتمد الدعاية الصهيونية في تأثيرها على الشعوب على الجانب العاطفي والنفسي والاجتماعي والسياسي بما يتناسب مع كل بلد تستهدفه، وذلك من خلال إجراءاتها عدة دراسات عن مقومات كل بلد، والأمور التي قد يتأثر بها مواطنوه، وتتوجه إليهم من هذا الجانب، وذلك حتى تسهل على نفسها مخاطبة الشعوب وكسب تعاطفهم (هيتي، 2019، ص95).

ومن أبرز العناصر التي تعتمد عليها الصهيونية في استراتيجياتها الدعائية: افتعال التجاوب والتعاطف، حيث تعمل على إبداء تعاطفها واهتمامها بشعوب العالم المختلفة، وذلك لكسب تعاطف الناس ولإنجاح عملها الدعائي. كما تعترف إسرائيل بالدول والحكومات حال قيامها، وتدعو الدول والمفكرين لزيارتها، وتعمل على تسمية الشوارع بأسمائها، وكل ذلك من أجل كسب تعاطف شعوب تلك الدول وتجاوبهم معها. كما تُوظف غياب الحقيقة عن الرأي العام الذي تجذبه العاطفة والأفكار البسيطة، فهو لا ينجذب كثيراً لمعرفة حقيقة الأمر والمنطق. وهذا ما استغلته الدعاية

وتركز تقنية الإلهاء وتحويل الأنظار على أحداث آنية مهمة ويجعلها المخاطب في صلب الموضوع، وذلك لصرف أنظار الجمهور عن موضوعات رئيسية (خليفة، 2020)، بينما تعمل تقنية إثارة العاطفة على التأثير بالجمهور عاطفياً، بحيث يمكن التأثير على مواقف وسلوك الأشخاص دون استخدام أي تقنية ضغط (السامر، 2015)، كما يحرص المخاطب عند تناوله لقضية ما على التأكيد على صحة موقفه من خلال تقنية التأكيد وإضفاء المصدقية، ويُظهر أن لديه كافة المعلومات والحقائق حول تلك القضية، وما لدى العامة من معلومات وحقائق غير صحيح، وأنه نتاج الفبركات والتزيف على مواقع التواصل الاجتماعي - من مصادرة مجهولة- وبالتالي يعمل خطابه الإعلامي على تثبيت دعائم موقفه والتأكيد على مصداقيته (خليفة، 2020).

ويسعى المخاطب عبر تقنية اللحاق بالركب إلى إشعار الفرد بأنه بحاجة إلى المسيرة والتطابق مع الجماعة. فالشخص الذي يقوم بالدعاية يرى ما هي احتياجات الفرد التي يسعى للوصول إليها، ويقوم بإقناعه أنه بحاجة للانضمام لجماعة ما حتى يقومون بدعمه لتلبية هذه الاحتياجات (السامر، 2015)، ويقوم المخاطب بتجاهل جميع الآراء المؤيدة والمعارضة لقضية ما وإقصائها، وإبراز الحقائق والمعلومات ومعالجتها بشكل أحادي، مع تقديم الأدلة والمسوغات الخاصة به على أنها الحقيقة المطلقة التي يجب الثقة بها وذلك عبر تقنية التجاهل والإقصاء (خليفة، 2020)، كما يعمل من خلال تقنية جذب الانتباه على كسب تأييد الجمهور، وذلك بالتركيز على أمور تم حياتهم ومجالاتهم (السامر، 2015).

من اليهود يتحكمون في الإعلام في أمريكا، فضلاً عن تفوقها في مجالات عدة، منها الاقتصاد والسياسة. كما أن انتشار اليهود في العالم كان عاملاً مهماً لقوة الدعاية الصهيونية، حيث يتمتعون بحقوق المواطن في تلك البلدان ومن ذلك حقوق النشر. واستطاع يهود العالم كسب الخبرات الدعائية اللازمة لدعم إسرائيل ضد العرب. بالإضافة إلى ارتباط الصهيونية بالامبريالية جعل منها جزءاً من الدعاية الامبريالية، حيث نجد النشاط الصهيوني في أماكن تواجد الاستعمار (هيتي، 2019، ص 112-114).

* الخطاب

ظهر مفهوم الخطاب بالبداية في حقل الدراسات اللغوية، وظلّ في حالة تطور وتجدد مستمر بما ينسجم مع تعريفاته وأنواعه وخصوصية المرحلة التي يمر بها، فيما تدور تعريفات الخطاب حول المصطلح، لكن ممارساته تنطلق من كون اللغة هي وليدة المجتمع وليس الفرد، لذلك يصعب التحكم بتعريفه وأنواعه. كما يتأثر الإنسان باللغة التي تشكل قناعاته، فالأفراد في المجتمع ليسوا من يصنعون التوجه العام، بل هم جزء من الآلة الخطابية في مجال معين ووقت معين، وبالتالي تكون الممارسات الخطابية ممارسات مؤسسية في تكوينها وتأثيرها المجتمعي (حسن، 2019).

وبحسب حسن (2019)، يعرف الخطاب بأنه "اللغة في طور العمل أو اللسان الذي تنجزه ذات معينة، كما أنه يتكون من متتالية تشكل مرسلتها لها بداية ونهاية". وقد صنّف الخطاب ضمن علم اللسانيات والمجال اللساني، على اعتبار أنه يتكون من وحدة لغوية أساسها سلسلة من الجمل تعبر عن أي رسالة أو مقول. وفي هذه الحالة يعتبر مجموع قواعد متسلسلة وتتابع للجمل المكونة للمقول.

الصهيونية، حيث عملت على إيصال معلومتها الكاذبة عن طريق المشاهير عن طريق بث العاطفة في التضليل ونشر الأكاذيب.

عملت الصهيونية على كسب الدعم المعنوي والمادي من الأوربيين والألمان، وذلك من خلال تغذية عقدة الذنب وتنميتها لديهم. فقد استغلت سكوت الأوربيين عن الذي فعلته النازية باليهود، وبتأثير عقدة الذنب هذه تقوم ألمانيا منذ عام 1952 بدفع تعويضات ودعم إسرائيل بالسلاح وذلك تكفيراً عن هذا الذنب.

كما استغلت الصهيونية كلمات وأقوال العرب وتهديداتهم لصالحها، وذلك من أجل كسب دعم الأوربيين وتشويه صورة العرب لدى الغرب، وركزت على أصحاب النفوذ والمفكرين للتأثير على أفكار الشعوب والوصول إلى قدر كبير منهم. فهي تستغل الأحداث بما يتناسب مع مصالحها، وتقوم بتزوير الأحداث واختلاق الأكاذيب من أجل الوصول إلى الدعم الغربي (هيتي، 2019، ص 96-107).

* أسباب قوة الدعاية الصهيونية

من الأمور التي أسهمت في نجاح الدعاية الصهيونية ووصولها إلى شعوب العالم، نقص خبرة العرب في مجال الدعاية، حيث كانوا يعرضون مجريات الأحداث بصدق وأمان، وينشرون مجريات الأحداث، سواء كانت لصالحهم أم لا، فيما اعتمدت الصهيونية على تحريف وتزوير الحقائق واستخدام الإثارة النفسية والعاطفة من أجل كسب التأييد العالمي. كما عملت على بناء أجهزة دعائية فاعلة حول العالم، ساعدها في ذلك القدرات المالية الهائلة التي تمتلكها، بالإضافة إلى وتحكمها بالإعلام، حيث تشير الإحصائيات أن 80%

على هذه الصحيفة أن تكون درعاً للشعب اليهودي وسلاحاً ضد أعداء الشعب". وقبل تأسيس دولة الاحتلال الاسرائيلي عمل قادة الحركة الصهيونية على عدة مستويات تمكنهم من القيام بوظيفة الدولة، وكان أهمها الإعلام. وقد شاركت المؤسسات الرسمية وغير الرسمية بالدور الإعلامي لأجل تحقيق أهداف "الدولة القومية". لذلك ظلت دولة الاحتلال من الدول التي لا تمتلك وزارة إعلام لفترة طويلة من الزمن حتى عام 2009، التي عملت بالأساس على تحسين صورتها بالخارج. كما أقامت الوزارة حملة بعنوان "كل مواطن سفير" مستخدمة طرقاً كثيرة للوصول إلى هدفها، إما من خلال الإعلانات التلفزيونية، أو النشرات والكتيبات في مختلف أنحاء دولة الاحتلال (المصري، 2019).

وأصبح الخطاب الدعائي الإسرائيلي لديه متابعين من الجبهة الداخلية الإسرائيلية، تسانده فيها الصحف المحلية الإسرائيلية، كيديعوت أحرونوت، وهآرتس، ومعاريف، وإسرائيل اليوم، بالإضافة إلى البرامج التلفزيونية والإذاعات التي تستهدف رفع الروح المعنوية والحفاظ على الجبهة الداخلية. بينما يستهدف الخطاب المتابعين الفلسطينيين من أجل تحطيم الروح المعنوية لديهم، وتبرير الجرائم والمجازر، وإجبارهم على ترك مدغم وقراهم كما حدث عام 1948. وقد عمل مروجو الدعاية جنباً إلى جنب مع الآليات العسكرية التي تستهدف الفلسطينيين (صبيح وسمير، 2018).

كما أن الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي قد اكتسبت قبولاً، ونجحت في التأثير على الروح المعنوية للفلسطينيين. فهي تستثمر ضعف الرؤية الفلسطينية بشكل خاص، والعربية بشكل عام، والاعتماد على الخطابات

كما يعرف أيضاً بأنه الوسيط اللساني المستخدم لنقل مجموعة من الأحداث الواقعية والتخيلية، التي سماها جينيت بالحكاية، وهو كما عرفه جابر عصفور: "في كل اتجاهات فهمه، هو اللغة في حالة فعل، ومن حيث هي ممارسة تقتضي فاعلا، وتؤدي من الوظائف ما يقترن بتأكيد أدوار اجتماعية معرفية بعينها". وبحسب المعنى اللغوي التقليدي للكلمة، فالخطاب عبارة عن كلام أو حديث أو محادثة. وقصد بعد ذلك كل كلام رسمي، أو سرد، أو خطاب سياسي، أو ديني. واستخدمه اللغويون على أنه وحدة كلامية أكبر من الجملة، إلا أن معناها الفلسفي الغربي أكثر دلالة وعمقاً، خاصة بعد استخدامه من قبل الفلاسفة الأوروبيين، مثل الفيلسوف الفرنسي ميشيل فوكو في ستينيات القرن العشرين الماضي، واللغوي البريطاني نورمان فاركلوف (حسن، 2019).

* الخطاب الإسرائيلي، تاريخه وأنواعه

لعب الإعلام الإسرائيلي دوراً بارزاً في تسخير قوة الدول العظمى لتحقيق حلم كيان الاحتلال على أرض الواقع، وهو الأول في العالم الذي سعى لإنشاء دولة في عقول ومخيلة اليهود المنتشرين حول العالم قبل إنشائها أو حتى وجودها كفكرة على ورق. ثم ظهر هذا الدور بشكل واضح من خلال الأسس التي أرساها المؤتمر الصهيوني الأول عام 1897م، حيث رسم برنامج العمل العام للحركة الصهيونية بهدف تحقيق قيام "دولة إسرائيل" على الأراضي الفلسطينية (المصري، 2019).

وكان الأب الروحي والمؤسس الأول للحركة الصهيونية "هرتزل" قد قال في افتتاحية العدد الأول من أسبوعية الحركة الصهيونية "ذي وورد" عام 1897: "يجب

الجماهيرية والوسائل التقليدية. وتصدّرت "إسرائيل"، نتيجة لذلك، قائمة الدول في الدبلوماسية الرقمية، في حين تأخرت فلسطين والدول العربية في هذه القائمة بحسب التقرير العالمي للدبلوماسية الرقمية (صبيح وسمير، 2018).

* التطبيع العربي مع الاحتلال الإسرائيلي

يشير مفهوم التطبيع إلى إعادة العلاقات إلى طبيعتها بين طرفين وقعت بينهما أحداث غير طبيعية، كالحروب والصراعات. فهو يسعى إلى إعادة هذه العلاقات إلى ما كانت عليه قبل حدوث الصراعات.

وقد تم تداول هذا المصطلح لدى العرب بعد زيارة أنور السادات إلى دولة الاحتلال، وتوقيع اتفاقية "كامب ديفيد" التي نصت على "أن يحترم كلا الطرفين حق الآخر في أن يعيش بسلام داخل حدوده الآمنة المعترف بها". من ذلك اليوم أطلق الإعلام العربي مصطلح تطبيع العلاقات المصرية مع إسرائيل (محمدان، 2020، ص23).

ويقصد بالتطبيع كل اتفاق رسمي أو غير رسمي، أو تبادل تجاري أو ثقافي، أو تعاون اقتصادي مع "الإسرائيليين". ويهدف إلى إعادة صياغة العقل والوعي العربي والإسلامي بحيث يتم تجريده من عقيدته وتاريخه ومحو ذاكرته خاصة فيما يتعلق باليهود المحتلين، وإعادة صياغتها بشكل يتوافق مع ما يفرضه الاحتلال. وهذا يعني الاستسلام للواقع، والاعتراف بالصهيونية وإعطائها حقوق مشروع في فلسطين، وتحويل علاقات الصراع إلى علاقات طبيعية بينها وبين دولة الاحتلال (الراجحي، 2016، ص2).

ويتمثل تطبيع الاحتلال مع الدول العربية في عدة استراتيجيات وفق ما أورده الراجحي (2016، ص4-5)، حيث تقوم دولة الاحتلال بسلب أراضي الدول العربية، عبر

استراتيجية تدعى القضم ثم الهضم، وهذا يحتاج إلى الوقت لتسهيل سلبها وتنظيم العلاقات معهم. وكذلك الاتصالات السرية التي تتم بين إسرائيل والدول العربية التي يقوم بها وسطاء ومندوبون، ومن ثم تصبغ علنية. كما يعمل التطبيع على دعم الفاسدين والمنافقين داخل مجتمعاتهم، ما يجعل الكثير من الأفراد يشعرون باليأس من الإصلاح. بينما يسعى التطبيع إلى تفرقة الدول العربية بعضها عن بعض لتحقيق أطماع دولة الاحتلال بها، وانشغال العرب في الصراعات فيما بينهم. وتصبح الجامعات اليهودية ومراكز الأبحاث المرجع الوحيد في عملية التطبيع، وذلك من أجل طمس الهوية والتاريخ العربي والتفكيك والتضليل.

* منهجية الدراسة ومجتمعها وأداتها

استخدم الباحثون منهج الدراسات المسحية بهدف التمكن من رصد الظاهرة وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها في وضعها الراهن، بعد جمع كافة المعلومات اللازمة عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها. ويُعد هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية في الدراسات الوصفية، حيث يُعرّف بأنه أحد أساليب جمع المعلومات حول موضوع معين أو مشكلة بحثية بهدف تحديد طبيعتها ومعرفة خصائصها التي تتعلق بتركيبها ووظائفها. وهو طريقة منظمة للحصول على المعلومات من الجمهور المعني بقضية المسح، أو ما يسمى بعينة الدراسة (المنصور، 2022).

تم تحديد مجتمع الدراسة بما يتناسب مع أهداف الدراسة، وذلك باستخدام الخطابات المكتوبة والمنشورة على المواقع الدولية والعربية والعبرية لقادة الاحتلال الإسرائيلي تجاه

التطبيع مع الدول العربية، خلال الفترة الواقعة بين عامي 2020-2021.

اعتمد الباحثون المسح الشامل لخطابات قادة الاحتلال منذ تاريخ 2020/8/13، أي منذ بداية تطبيع دولتي الإمارات العربية المتحدة والبحرين بشكل علني مع دولة الاحتلال الإسرائيلي من خلال توقيع ما يُسمّى بـ "الاتفاقات الإبراهيمية"، أو معاهدة السلام والعلاقات الدبلوماسية والتطبيع الكامل حتى 2021/10/21. وشملت الدراسة خطابات قادة الاحتلال، وهم بنيامين نتنياهو، ويائير لايد، ويوسي كوهين، وبينى غانتس المترجمة إلى اللغة العربية، حيث بلغ عددها (69) خطاباً وتصريحاً تم نشرها في عددٍ من وسائل الإعلام، منها العبرية مثل صحيفة هآرتس، ويديعوت أحرنوت، وقناة كان العبرية، وإسرائيل اليوم، ومعاريف، أو عبر حسابات قادة الاحتلال على مواقع التواصل الاجتماعي، أو وسائل الإعلام العربية والدولية التي نقلت عن المواقع العبرية، منها: وكالة رويترز، الجزيرة، ووكالة شينخوا، و(BBC News) عربي، وجريدة الشرق الأوسط، و(RT) عربي، وموقع دنيا الوطن.

ويُظهر الجدول التالي عدد الخطابات التي تضمنها البحث لكل شخص من قادة الاحتلال خلال الفترة المذكورة:-

الجدول (1): يوضح الشخصيات التي تم اعتمادها في البحث

وتكرار خطاباتها ونسبتها المئوية وترتيبها

الرقم	الشخصية	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	بنيامين نتياهو	43	62%	الأول
2	بينى غانتس	16	23%	الثاني
3	يوسي كوهين	8	12%	الثالث
4	يايير لايد	2	3%	الرابع
	المجموع	69	100%	

يُبين في الجدول أن خطابات بنيامين نتياهو في الترتيب الأول، وجاءت خطابات بينى غانتس في الترتيب الثاني أما يوسي كوهين ففي الترتيب الثالث، بينما خطابات يائير لايد كانت في الترتيب الرابع والأخير. ويرجح ذلك إلى فترة الحكم ووظيفة كلٍ منهم بالتزامن مع الفترة التي تم توقيع فيها اتفاقيات التطبيع مع الإمارات العربية المتحدة والبحرين بشكل علني في شهر آب 2020، حيث كان نتياهو يتولى رئاسة الوزراء في حكومة الاحتلال الإسرائيلي، بينما يائير لايد كان وزيراً للخارجية، ويوسي كوهين رئيس جهاز الموساد، في حين كان بينى غانتس وزير الدفاع الإسرائيلي ورئيس ائتلاف "أزرق-أبيض".

أما بالنسبة لأداة الدراسة، فقد استخدم الباحثون أسلوب تحليل الخطاب في إطار منهج الدراسات المسحية، للتعرف على التقنيات الدعائية التي يستخدمها قادة الاحتلال الإسرائيلي في خطاباتهم تجاه التطبيع، وذلك من خلال رصد مضامين الخطابات، وبيان دلالاتها وعناصر الإبراز والأهداف المرجوة من تلك الخطابات المنشورة عبر الوسائل الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي، ووصف محتواها كميّاً وكيفياً، وفقاً لمعايير موضوعية وأسس منهجية.

ويرى الباحثون أن أسلوب تحليل المحتوى هو الأنسب لهذه الدراسة، حيث أنه من الأساليب المستخدمة في دراسة الأبحاث بالاعتماد على صياغة وصف دقيق للمحتوى البحثي، ومن ثمّ العمل على كتابته وفقاً لخلاصة محددة (خضر، 2016).

* عرض النتائج ومناقشتها

بعد قراءة الخطابات الصادرة عن قادة الاحتلال الاسرائيلي، وفق ما أشرنا له في مجتمع الدراسة والعينة، وذلك

لتفحص مضمونها الدعائي والكشف عن التقنيات الدعائية، فالجداول التالية تبين التقنيات الدعائية والشخصيات التي انطوت عليها الخطابات موضع التحليل وعدد تكرارها ونسبتها المئوية وترتيبها.

الجدول (2): يوضح التقنيات التي استخدمت في البحث وتكرارها والنسب المئوية وترتيبها

الرقم	التقنية	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	تقنية العموميات البراقة	19	18%	الأول
2	تقنية خلق الاستعداد	15	14%	الثانية
3	تقنية حشد التأييد الشعبي	11	10%	الثالثة
4	تقنية الشمل الجماهيري	9	8%	الرابعة
5	تقنية إظهار القوة	8	8%	الخامسة
6	تقنية الإخفاء	7	7%	السادسة
7	تقنية الافتراض المسبق	7	7%	السادسة
8	تقنية إضفاء الشرعية "الإجازة"	6	6%	السابعة
9	تقنية الخلاص	5	5%	الثامنة
10	تقنية الإلهاء وتحويل الأنظار	5	5%	الثامنة
11	تقنية إثارة العاطفة	4	4%	التاسعة
12	تقنية التأكيد وإضفاء المصداقية	3	3%	العاشر
13	تقنية اللحاق بالركب	3	3%	العاشر
14	تقنية التحامل والإقصاء	2	2%	الحادية عشر
15	تقنية جذب الانتباه	2	2%	الحادية عشر
	المجموع	106	100%	

يوضح الجدول أن مجموع التكرارات للتقنيات المستخدمة في خطابات قادة الاحتلال تجاه التطبيع بلغ (106)، وأن تقنية العموميات البراقة جاءت في المرتبة الأولى (18%)، أما تقنية جذب الانتباه كانت في المرتبة الحادية عشر (2%). ويتضح من الجدول أن قادة الاحتلال استخدموا مختلف أشكال التقنيات الدعائية في خطاباتهم حول التطبيع، إلا أن نسبة استخدام تقنيات العموميات البراقة، وخلق الاستعداد، وحشد التأييد الشعبي، شكّلت (42%) من مجموع التقنيات. ويرى الباحثون أن هذه النتيجة تشير إلى أن قادة الاحتلال ووظفوا مختلف أشكال التقنيات في خطابهم في موضوع التطبيع، ويكمن الاختلاف في نسبة استخدام التقنيات إلى طبيعة السياق الذي وُظف فيه التقنية.

* التحليل الكيفي للتقنيات

١- تقنية العموميات البراقة: حققت هذه التقنية مرتبة متقدمة في الاستخدام الدعائي الإسرائيلي بشأن التطبيع، إذ جاءت في المرتبة الأولى بواقع (19) تكراراً وبلغت نسبتها (18%)، ما يعني أن الدعاية في خطابات قادة الاحتلال قد ركزت على الكلمات الفاضلة والإيجابية وتكرارها بهدف الترويج لمخططاتهم عبر اتفاقيات التطبيع مع الدول العربية. فمثلاً وصف يائير لابيد لحظة افتتاح سفارة لدولة الاحتلال في الإمارات العربية المتحدة بأنها "لحظة تاريخية"، كما قال: "اسرائيل معنية بالسلام مع جيرانها" (عاجل، 29/3/2021). ووصف نتنياهو اتفاق التطبيع مع الإمارات بـ "السلام التاريخي" (الجزيرة، 13/8/2020)، وكذلك المكالمات التي أجراها مع ولي عهد البحرين بين أهما "ودية للغاية" (جريدة الشرق الأوسط، 25/11/2020). فكلية "السلام" تكررت كثيراً في خطابات نتياهو في محاولة لإظهار أن سياسته ناجحة وولبت لشعبه اتفاقيات سلام مع دول عربية مهمة، بعد سنوات طويلة من عزلة دولة الاحتلال. كما يحاول إيصال رسالة إلى الشعب الفلسطيني بأنه معزول ومنقسم، وقد تخلت عنه الدول الشعوب العربية.

وذكر البيان الصادر عن الناطق باسم نتياهو بأنه ترشح وولي عهد أبو ظبي لنيل جائزة نوبل للسلام (جريدة الشرق الأوسط، 2020/11/25)، كما استخدم الكلمات الجذابة من أجل التأثير على المتلقين، وعليه زعم بأن هناك أجواء جديدة تمنح إسرائيل نموذجاً استراتيجياً، كما استخدم أيضاً عبارة "دول السلام الفعلية"، وعبارة "لقد جلبت السلام مقابل السلام" (الشفافية نيوز، 2020/10/19). هذا يشير إلى أن دولة الاحتلال استطاعت التأثير على الدول العربية التي كانت تعتبر نصيرة للقضية الفلسطينية وحقوق الشعب

الخطط والاتفاقيات (دنيا الوطن، 2020/8/23)، وجاءت هذه الدعوة بعد توقيع اتفاقية التطبيع مع الإمارات.

ويتضح من خطابات نتنهاو بأن تطبيع العلاقات مع الإمارات والبحرين قد جعل إسرائيل مفترق طرق بحري وجوي، مشيراً إلى أهمية تطبيع العلاقات مع الدول العربية وإيصال رسالة مفادها بأن دولة الاحتلال على استعداد لتقديم الدعم والمساعدات وتوفير الأموال والدعم التجاري والتكنولوجي للعرب إذا قاموا باستخدام الطرق البحرية الإسرائيلية في نقل البضائع، أو قاموا بترويج البضاعة العربية داخل دولة الاحتلال كنتيجة للتطبيع. وأيضاً قال: "إسرائيل كانت سابقاً طريقاً مسدوداً، حيث يمكن الوصول إليها من جهة الغرب فقط، إلا أنها تتحول اليوم إلى مفترق طرق رئيسي بحري وجوي، ويمكن السفر الآن جواً إلى جميع الاتجاهات فوق السعودية والأردن" (وكالة شينخوا، 2020/10/20).

ويبدو أن نتنهاو سعى جاهداً لزيادة عدد الدول العربية التي ستضم للدول المطبوعة، مُظهراً استعداد السودان لإقامة علاقات دبلوماسية مع الاحتلال، حيث ذكر في خطاب له بأن وفداً من دولة الاحتلال سيتوجه إلى الخرطوم، لإتمام اتفاقيات التطبيع مع السودان، مبيناً: "يمكننا الطيران غرباً فوق السودان وفق اتفاقيات أبرمناها قبل الإعلان عن التطبيع، وفوق التشاد التي أقمنا معها علاقات، إلى البرازيل وأميركا اللاتينية" (الجزيرة، 2020/10/25).

وأظهر خطاب آخر لنتنهاو أنه أفصح عن زيارة قريبة للبحرين عبر مكالمة هاتفية أجراها مع ملك البحرين، الشيخ سلمان بن حمد آل خليفة (جريدة الشرق الأوسط،

الفلسطيني. ونعت مراسم توقيع الاتفاق مع الامارات في واشنطن بـ "المراسم التاريخية" (وكالة شينخوا، 2020/9/9)، كما وصف اتفاقيات التطبيع عبر خطابه بـ "اتفاقيات إبراهيم التاريخية" (العين الإخبارية، 2020/12/6)، مؤكداً بذلك على استخدامه تقنية العموميات البراقة بشكل واضح. كما استخدم بيني غانتس أيضاً الكلمات الجذابة كـ "تحالفات استراتيجية" (العين الإخبارية، 2021/8/15).

٢- تقنية خلق الاستعداد: كان من الطبيعي أن يلجأ قادة الاحتلال إلى تقنية خلق الاستعداد من أجل بناء مواقف جيدة لدى الدول العربية المستهدفة وإظهار النوايا الحسنة. وجاءت هذه التقنية في المرتبة الثانية بواقع (15) تكراراً بلغت نسبتها (14%)، حيث بينت نتائج الدراسة أن دلالات استخدام هذه التقنية تمثل في عدد من خطابات قادة الاحتلال لكسب تأييد رؤساء الدول العربية، والمواطنين والمسؤولين في دولة الاحتلال أيضاً، كان منها تصريح نتنهاو بعد توقيع اتفاق التطبيع مع الإمارات بأن "الإمارات ستقوم باستثمارات في إسرائيل، كما ستستثمر إسرائيل في الإمارات" (الجزيرة، 2020/8/13). وهنا يتضح بأن نتنهاو يسعى لإظهار النوايا الحسنة، والسعي للتبادل الاقتصادي بين الطرفين من أجل ترسيخ التطبيع.

كما يسعى قادة الاحتلال لإقامة تحالفات داخلية وتقديم أية حلول بهدف الوصول إلى أهدافهم، حيث ظهر ذلك في دعوة نتنهاو حزب (يميناً) للانضمام إلى الائتلاف الحكومي، مشيراً إلى أنه لا يجوز أن يكون هناك الحكومة داخل الحكومة. وكان يرى بأن ذلك سيساعد في تنفيذ

2020/11/25)، الأمر الذي يشير إلى فكرة استعداد الدول العربية للمضي قُدماً في عملية التطبيع.

وبين خطاب غانتس، أن دولة الاحتلال تسعى من خلال التحالفات مع الدول العربية إلى السلام، وليس فقط إبرام اتفاقيات استراتيجية. فهي تحاول أن تحصل على القبول الشعبي وليس الحكومي فقط، حيث قال: "إنها بداية حقبة سلام، ليس فقط في شكل تحالفات استراتيجية بين الدول، ولكن بالأحرى، سلام بين الأمم، سلام على مستوى الشعوب" (العين الإخبارية، 2021/8/15).

وقال غانتس في خطاب آخر له، أنه يسعى إلى التوصل إلى اتفاق تطبيع العلاقات مع السعودية، بالإضافة إلى تعزيز العلاقات مع الولايات المتحدة، والسلام مع الأردن ومصر، وكذلك مع دول الاتفاقات الإبراهيمية وهي الإمارات والبحرين (آر تي عربي، 2021/10/24). وهنا يُظهر الخطاب التخوف من رفض الشعوب العربية للتطبيع مع الاحتلال الإسرائيلي، فهذا الرفض قد يُضعف عملية التطبيع، ويجعلها مجرد اتفاقات بين حكومات غير قابلة للصمود والاستمرار في وجه أن تغيير سياسي في المنطقة. ومن جهة أخرى، يظهر المخاوف من فقدان تأييد الرأي العام الإسرائيلي لصفقات التطبيع في حال كانت بين الحكومات فقط. لذا يسعى قادة الاحتلال للتسويق لاستعداد الدول العربية ودولة الاحتلال للوصول إلى تطبيع شعبي، بالإضافة إلى التطبيع الرسمي بين الحكومات.

٣- تقنية حشد التأييد الشعبي: جاءت هذه التقنية في المرتبة الثالثة بنسبة (10%). وتتمثل في محاولة قادة الاحتلال الإسرائيلي غرس أفكار تتعلق بإظهار دورهم وتضحياتهم من أجل الحفاظ على مواطني دولة الاحتلال، وتوفير الأمن لهم،

وتلبية احتياجاتهم. وبذلك، يعمل قادة الاحتلال على حشد الرأي العام وتعبئته نحو اتباع سياسات الحكومة، حيث قال نتنياهو: "ما يريده الإسرائيليون هو إقامة سلام حقيقي يحافظ على أمننا ويعد الحرب" (الجزيرة، 2020/8/13).

وأظهرت جميع خطابات نتنياهو كما ورد أخبار كل من وكالة شينخوا بتاريخ 2020/10/20 والجزيرة بتاريخ 2020/10/25، أنه قام باستغلال اتفاقيات التطبيع مع دولتي الإمارات والبحرين وسعيه لتوقيع اتفاقية مع السودان أيضاً، من أجل الاستفادة من جميع موارد هذه الدول، وكذلك للحفاظ على المواطنين داخل دولة الاحتلال، وتسهيل السفر إلى الهند ووجهات آسيوية متعددة، مستغلاً أجواء هذه الدول العربية وممراتها المائية ما يوفر عليهم وقتاً ومالاً، بالإضافة لتسهيل عملية الاستيراد بأقل التكاليف، وحل مشكلة غلاء المعيشة، وتحقيق الازدهار الاقتصادي، الأمر الذي يُسهم في حشد الرأي العام الإسرائيلي وتعبئته للالتفاف حول قيادة دولة الاحتلال، ودعم القرارات الخاصة بالتطبيع مع الدول العربية. لكن بنفس الوقت، يمكن أن يؤثر هذا الخطاب سلباً على علاقات الدول العربية مع بعضها البعض، ويثير القلق لدى الرأي العام المعارض لدولة الاحتلال.

وقد بين خطاب نتنياهو الذي يوجهه للمواطنين داخل دولة الاحتلال بأنه استطاع كسب تأييدهم، وتمكن من حشد جميع الآراء لصالحه، وأصبح يتحدث باسمهم جميعاً عندما يزور الدول العربية، حيث قال أنه تم دعوته لزيارة رسمية للبحرين في الفترة القريبة، مضيفاً: "وسأفعل ذلك باسمكم وبسعادة" (جريدة الشرق الأوسط، 2020/11/25).

٤- تقنية الشمل الجماعي: تقوم هذه التقنية على وصف قادة الاحتلال للدول التي وقّعت اتفاقيات التطبيع وكأنها

مجموعة واحدة. لكن الحقيقة هي أن تلك الدول وقّعت بشكل منفرد. وقادة الاحتلال يشيرون إلى أن الدول غير المطبوعة كأما معزولة وخارج مجموعة الدول التي اختارت طريق السلام. وقد احتلت هذه التقنية المرتبة الرابعة بنسبة (8%)، حيث استخدم قادة الاحتلال وصف "الدول العربية" للدول الأربع التي شاركت في التطبيع. وبالطبع، فإن الإشارة إلى الدول المطبوعة بهذه الطريقة تمثل عملية تضليل واضح. فقد قال نتنياهو في خطاب له نشرته الجزيرة بتاريخ 2020/8/13، أن الزعماء العرب "سيستفيدون من أي اتفاق سلام مع إسرائيل، موضحاً أنه سيعمل على إبرام اتفاقات سلام مع "دول عربية" عدة دون الرجوع إلى حدود يونيو/حزيران 1967" (الجزيرة، 2020/8/13). كما قال رئيس جهاز الموساد يوسي كوهين أن التطبيع هو "فرصة مناسبة لتهنئة كل من تعامل مع هذه المسألة الحساسة المتعلقة بإقامة العلاقات مع الدول العربية" (الشفافية نيوز، 2020/10/19).

وعليه فإن استخدام قادة الاحتلال لتقنية الشمل الجماعي في خطابهم من خلال الحديث عن "دول عربية" و"قادة عرب" و"شعوب عربية" تقوم بالتطبيع مع الاحتلال، لا يمثل تضليلاً فحسب، بل يمثل أسلوباً للإيحاء بأن هناك خسارة كبيرة لمن لم يلحق بركب التطبيع، وأن من أهم مظاهر هذه الخسارة: العزلة، وخسارة فرصة لمستقبل اقتصادي أفضل.

٥- تقنية إظهار القوة: احتلت هذه التقنية المرتبة الخامسة في خطابات قادة الاحتلال بنسبة (8%)، حيث أظهر قادة الاحتلال الجمهور بأن خطابهم هو خطاب القوي، ويأتي ذلك في مهمة اقناعية أمام الخصم تعمل على زرع الرهبة والخوف عنده. وفي هذا السياق، قال نتنياهو في الخبر الذي نشرته

الجزيرة بتاريخ 2023/8/13: "أنا ملتزم بتعهداتي وسأنفذها، وفرض السيادة بالضفة سيكون بالاتفاق مع الولايات المتحدة" (الجزيرة، 2020). بدوره، قال كوهين: "هناك أجواء جديدة تمنح إسرائيل أفقاً استراتيجياً، وتفتح أمامها التحرك بشكل غير عادي وبجرأة غير مسبوقة..." (الشفافية نيوز، 2023/10/19). وفي خبر آخر نشرته الجزيرة بتاريخ 2023/3/17، أعرب نتنياهو عن رفضه مبدأ الأرض مقابل السلام التي تبنتها الدول العربية عام 2002، متجاهلاً بذلك أي قرار عربي بشأن القضية الفلسطينية (الجزيرة، 2023/3/17). ودعا لايبيد خلال افتتاح السفارة الإسرائيلية في الإمارات جميع الدول العربية للاعتراف بدولة الاحتلال وإقامة العلاقات معهم (عاجل، 2021/3/29). كما تحدث غانتس عن تشكيل جبهة موحدة لمواجهة "المتطرفين" في المنطقة، مظهراً بذلك قوة إسرائيل (العين الإخبارية، 2021/8/15). وقال أيضاً: "لا نتردد أبداً في الدفاع عن أنفسنا". وأكد غانتس في تصريح واضح وصریح أن هناك "ضرورة أن تظل إسرائيل أقوى دولة في الشرق الأوسط، وهكذا سنواصل العمل إلى الأبد" (سما الإخبارية، 2021/10/11).

ويرى الباحثون أن هذا الخطاب هو محاولة لإخفاء الضعف الذي تعيشه دولة الاحتلال، ومحاولة للاستقواء بالدول العربية المطبوعة. فالوضع غير المستقر في فلسطين يضع الاحتلال في حالة من الضعف وعدم الاستقرار، وتحتاج دولة الاحتلال إلى حشد كل ما تملك من إمكانيات مادية وعلاقات دولية لتعزيز وجودها وقوتها في المنطقة.

٦- تقنية الإخفاء: تأتي هذه التقنية من خلال قدرة الفاعل الدعائي -قادة الاحتلال- على إخفاء معان لها وزن يعادل

الأشياء التي ذكروها، ولقد جاءت في المرتبة السادسة بواقع (7%). والمدقق في خطابات قادة الاحتلال، يلحظ تقنية الإخفاء في عدد من القضايا المهمة. فمثلاً تحدث نتنياهو، أنه أجرى اتصالات كثيرة مع دول المنطقة (الجزيرة، 2020/8/13)، ولم يذكر تلك الدول. كما ورد في تصريحاته من خلال الأخبار التي نشرتها كل من (BBC News) عربي بتاريخ 2020/10/25 والجزيرة بتاريخ 2020/1/3 أنه سيكون هناك المزيد من الدول تدخل في اتفاقيات التطبيع، إلا أنه لم يذكر تلك الدول أيضاً. كما صرح نتنياهو بأنه زار بلداناً لا يستطيع الكشف عن أسمائها. وذكر كوهين، أن العديد من الأشخاص قد عملوا على قضية التطبيع من وراء الكواليس (الشفافية نيوز، 2020/10/19)، ولم يذكر أسماء الأشخاص. وأظهر غانتس، أن اتفاقيات التطبيع ستساعد في دفع خطوات سياسية تجاه الفلسطينيين (العين الإخبارية، 2021/8/15)، ولم يتحدث عن هذه الخطوات. وقال غانتس أن الاحتلال قدم تنازلات كثيرة عن ضم الضفة الغربية (سما الإخبارية، 2021/10/11)، لكن لم يذكر ما هي تلك التنازلات. ويتضح أن نتنياهو عمل جاهداً من أجل ضم دول عربية جديدة لاتفاقيات التطبيع، وذلك من أجل تعزيز حملته الانتخابية، وهذا يأتي سياق السباق الانتخابي مع بيني غانتس رئيس حزب "أبيض أزرق"، ولذلك، حاول إخفاء أسماء هذه الدول حتى يكون التطبيع معها ورقة رابحة له في الانتخابات.

٧- تقنية الافتراض المسبق: تعد من التقنيات الدعائية التي يلجأ إليها قادة الاحتلال الإسرائيلي، حيث يعملون على إخفاء بعض المعلومات في خطاباتهم على اعتبار أنها مسلمت، وأنها حقيقة يدركها الجمهور ضمناً. وجاءت هذه التقنية في

المرتبة السادسة بنسبة (7%). ففي تصريح لنتنياهو نشرته الجزيرة بتاريخ 2020/8/13، قال: "اتفقنا على لقاءات قريبة بين وفود إسرائيلية وإماراتية لترتيب بنود الاتفاق"، وهنا يفترض وجود علاقة طبيعية بدولة الإمارات. ونلاحظ في هذا الخبر أن نتنياهو أصبح يقدم خطابه بشأن التطبيع على أنها أمر مفروغ منه، ويجب على المتلقي المعارض والمؤيد قبولها كحقيقة واقعة وراسخة. كما توقع نتنياهو انضمام دول عربية وإسلامية إلى اتفاق التطبيع (الجزيرة، 2020/8/13)، دون ذكر من هي الدول المتوقعة، مفترضاً أن الانضمام لاتفاق التطبيع هو أمر عادي ومفروغ منه.

وفي خطاب آخر لنتنياهو نشره موقع دنيا الوطن بتاريخ 2020/8/23، قال بأنه يسعى إلى توسيع دائرة التطبيع برعاية أمريكية، وهنا أيضاً يجعل المتلقي لخطابه يفترض أن هذه الخطوة أمر مسلم به وعلى جميع الأطراف قبولها. كما تحدث نتنياهو، أنه من الممكن أن تلتحق دول كثير بركب التطبيع مع دولة الاحتلال، مع إخفاء من هي هذه الدول، مفترضاً أن التطبيع أمر مفروغ منه (الجزيرة، 2020/10/25).

وفي خطاب لغانتس، أظهر أنه يتطلع إلى خطط مستقبلية تسعى إلى تعزيز العلاقات مع جميع الدول في المنطقة بما فيها فلسطين (العين الإخبارية، 2020/8/15)، مفترضاً أن هذه هي الحقيقة التي يجب أن يتقبلها الناس. وفي سياق آخر، نجد أن خطاب غانتس حول قيام قادة الاحتلال باتخاذ قرار ضم الضفة الغربية لم يكن قراراً أحادياً، وهذا سمح بتحقيق رؤية "اتفاقيات أبراهام" مع العرب. وهذا يعنى الافتراض المسبق بأن الدول العربية التي ذهبت للتطبيع مشاركة أيضاً بقرار الضم. وقال أيضاً أن اتفاقيات التطبيع

مع "اسرائيل" ستزداد وتتوسع، وستكون سبب التغيير في منطقة الشرق الأوسط (سما الإخبارية، 2021/10/11). وهذا افتراض واضح، وإيحاء بأن التطبيع يمثل حتمية ستشمل المنطقة بأسرها.

٨- تقنية إضفاء الشرعية (مشروعية الإنجاز): يحرص قادة الاحتلال في بناء خطاباتهم لإثبات قدرتهم على تحقيق منجزات سيشعر بها مواطنو دولة الاحتلال أو الدول العربية الموقّعة على اتفاقيات التطبيع في وقت قياسي. ولقد جاءت هذه التقنية في المرتبة السابعة بلغت نسبتها (6%). ففي خطاب لنتنياهو، قال: "اتفقنا على لقاءات قريبة بين وفود إسرائيلية وإماراتية لترتيب بنود الاتفاق" (الجزيرة، 2020/8/13). كما تحدث في خطاب عن الأمور التي استطاعت إسرائيل إنجازها من خلال اتفاقيات التطبيع (وكالة شينخوا، 2020/10/20)، مؤكداً على أن حكومته تُفصح لشعبها النتائج والاستفادة المتحققة منها، من تطور اقتصادي، وفتح الأجواء العربية للطيران الإسرائيلي.

كما ذكر نتنياهو المنجزات التي تم تحقيقها من اتفاقيات التطبيع، حيث قال: "لقد ساهمتم في التوصل إلى اتفاقيات إبراهيم التاريخية التي بشرت بعهد جديد من السلام الذي يغيّر ملامح الشرق الأوسط بشكل ملموس أمام أعيننا" (العين الإخبارية، 2020/12/6). وأكد غانتس في تصريح نشره موقع العين الإخبارية بتاريخ 2021/8/15، على شرعية هذه الاتفاقيات، قائلاً: "لقد أدت اتفاقيات إبراهيم إلى فصل جديد في علاقات إسرائيل مع دول منطقتنا". ويتضح من هذه الخطابات أن قادة الاحتلال يعملون على ترسيخ فكرة "الشرعية" لدولة الاحتلال، في بيئة عربية رافضة لها. فصورة الاحتلال التي يتداولها الإعلام العربي

والعالمي نتيجة الممارسات التي يقوم بها ضد الشعب الفلسطيني بشكل يومي، من شأنها أن تزعزع الشرعية وتعمل على تأكلها، وتضع الاحتلال في دائرة الاتهام، الأمر الذي يستوجب قيام قادة الاحتلال بتوظيف التطبيع لإضفاء الشرعية على وجوده على أرض فلسطين.

٩- تقنية الخلاص: تأتي هذه التقنية من خلال قدرة قادة الاحتلال على طرح سبل الخلاص دون إحداث أزمات ودون المساس بالمصالح المتبادلة مع الأطراف الأخرى. فقد احتلت هذه التقنية المرتبة الثامنة بنسبة (5%)، وبين قادة الاحتلال فيها حرصهم على طرح سبل الخلاص من أي مشكلة تؤدي إلى تعطيل اتفاقيات التطبيع في المنطقة العربية. فقد قال نتنياهو، أنه سيعمل على إبرام اتفاقيات التطبيع مع عدة دول عربية دون الرجوع إلى حدود حزيران يونيو 1967 (الجزيرة، 2020/8/13). وهذا يعني أنه لن يسمح بالمساس بالمصالح الثنائية مع هذه الدول، حتى لو كان على حساب حقوق الشعب الفلسطيني. وقال كوهين عبر خبر نشره موقع الشفافية نيوز بتاريخ 2020/10/19: "لا ينبغي أن تكون المفاوضات مع الفلسطينيين عقبة في نظري"، فهو بذلك يسعى لإنجاح اتفاقيات التطبيع دون وجود أي تداعيات تضر بالمصالح المشتركة مع الدول المطبعة، مضيفاً أيضاً: "الحديث عن السعودية، وربط التقدم المستمر بالتطبيع مع إسرائيل بالمفاوضات مع الفلسطينيين، فإنه لكي تنضج أي علاقات مع دول كانت تُعرّف سابقاً على أنها دول لها علاقات عدائية مع إسرائيل، ثم تتحول إلى دول سلام فعلية، فنحن خارج خزنة الدبلوماسية الرسمية، حينها أتوقع حدوث أي أمر مستبعد في علاقاتنا الثنائية" (الشفافية نيوز، 2020/10/19). ومن الملاحظ أن قادة الاحتلال يرسلون رسائل غير مباشرة للعرب

بأن اتفاقيات التطبيع تعمل على الخلاص من عبء "الصراع" وواقع "الاحتلال".

وقال نتنياهو، أن "إسرائيل قبل اتفاقيات التطبيع مع الدول العربية كانت معزولة تماماً لكن أصبحت اليوم على تواصل مع العالم" (وكالة شينخوا، 2020/10/20)، في إشارة واضحة أن دولة الاحتلال حصلت على الخلاص من العزلة ومن أسبابها وتداعياتها. وبهذا يتم تدليل العوائق التي كانت تحول دون اندماج دولة الاحتلال في المنطقة. بل إن هذه الرسائل تحمل في طياتها قلب الصورة، وهي أن الفلسطينيين هم من أصبحوا معزولين، وأهم "يغرّدون خارج السرب".

١٠- تقنية الإلهاء وتحويل الأنظار: يستغل قادة الاحتلال هذه التقنية في خطاباتهم التركيز على عملية التطبيع، وتجاهل الكثير من الأحداث التي تجري على الأرض في فلسطين، وذلك بهدف صرف أنظار الناس عنها. وجاءت هذه التقنية في المرتبة الثامنة، وبلغت نسبتها (5%) . وقد أشاد نتياهو باتفاقيات التطبيع مع الدول العربية، في محاولة لتحويل الأنظار عما يجري في فلسطين من استيطان ومواجهات وغيرها من الأحداث. كما عمل على إلهاء مواطني دولة الاحتلال عن الانتخابات، حيث ذكر أنه "حان موعد الوحدة وليس الانتخابات" (دنيا الوطن، 2020/8/23)، وبذلك يحاول صرف أنظارهم عن قضية الانتخابات الإسرائيلية، واستشارة عواطفهم من خلال التركيز على مبدأ "الوحدة".

كما تبين في خطاب كوهين، أن دولة الاحتلال تسعى إلى إلهاء الشعب الفلسطيني وتحويل انتباههم عن سلب أراضيهم، وذلك من خلال التركيز على المفاوضات ومواصلة العلاقات الثنائية (الشفافية نيوز، 2020/10/19). وأظهر

خطاب آخر لنتنياهو، أن دولة الاحتلال كانت تعمل في تلك الفترة على لفت انتباه الجمهور إلى قضية المفاعل النووي الإيراني، والعقوبات المفروضة على إيران، واغتيال قاسم سليماني الذي وصفه بأنه "أخطر ارهابي في العالم"، وذلك لإلهاء الجماهير الفلسطينية والعربية وتحويل انتباههم عن الانتهاكات المستمرة بحق الفلسطينيين (العين الإخبارية، 2020/12/16).

وظهر خلال تحليل الخطابات تقنيات اخرى للدعاية، وهي: تقنية إثارة العاطفة حيث يسعى قادة الاحتلال إلى التأثير على الجمهور المتلقي لخطابهم من خلال التلاعب بالعواطف، وبذلك يتحقق التأثير دون الحاجة لتقنيات الضغط. وجاءت هذه التقنية في المرتبة التاسعة، حيث بلغت نسبتها (4%). مثلاً عمل نتياهو على استمالة مشاعر الجماهير المتلقية لخطابه عندما ذكر أنه أجرى محادثة مع ولي عهد البحرين، وكانت، حسب وصفه، "ودية للغاية" (جريدة الشرق الأوسط، 202/11/25). كما أطلع مواطني دولة الاحتلال على أهمية اتفاقيات التطبيع ومدى فائدتها للنهوض بدولة الاحتلال وتنمية اقتصادها والتخفيف من أعباء مواطنيها، الأمر الذي يعمل على بث الوهم بأن مستقبلاً مشرقاً ينتظرهم. وفي الوقت نفسه، يحمل خطابه تأثيراً سلبياً على عواطف الشعوب العربية المعارضة تجاه فكرة التطبيع، حيث يشعر المواطن العربي بأنه لا جدوى من مقاومة دولة الاحتلال الآخذة في ترسيخ وجودها في المنطقة من خلال التطبيع.

أما تقنية التأكيد وإضفاء المصداقية والتي تعني بأن قادة الاحتلال يحرصون على التأكيد على صحة مواقفهم تجاه أي قضية، وما لدى الآخرين غير صحيح، حيث احتلت هذه

حالياً" (الشفافية نيوز، 2020/10/19). وتشير هذه الصيغة في الخطاب إلى أن على الدول العربية التي لا تقيم علاقة دبلوماسية مع دولة الاحتلال المسارعة للانضمام إلى اتفاقيات التطبيع، وأن الكرة في ملعب الدول العربية. وللتأكيد على ذلك، قال أيضاً في خطاب آخر: "ونأمل أن تفتح دول أخرى في المنطقة علاقات رسمية مع تل أبيب" (الشفافية نيوز، 2020/10/19). وقال غانتس خلال اجتماع موسع مع مئات النشطاء في حزبه: "أمل في أن تتمكن من دفع السعوديين إلى اتفاق لتطبيع العلاقات" (معاريف، ترجمته RT عربي، 2021/10/24)، في تأكيد على فكرة المسارعة للانضمام بركب المطبوعين.

وتأتي تقنية التجاهل والإقصاء عندما يعمل قادة الاحتلال على تجاهل جميع الآراء المؤيدة والمعارضة لهم ومعالجتها بشكل أحادي، حيث احتلت هذه التقنية المرتبة الحادية عشر، وبلغت نسبتها (2%) . ويرى الباحثون أن تصريح نتنياهو الذي نشرته دنيا الوطن بتاريخ 2020/8/23 تضمن منع الانتخابات الإسرائيلية، وتأجيل موعد اعتماد الميزانية لمدة 100 يوماً، والذي يتزامن مع اتفاقيات التطبيع، يهدف إلى تجاهل قضايا داخلية مهمة بهدف كسب التأييد، والبقاء في الحكم مدة أطول، وتحقيق الفوز في الانتخابات القادمة.

واتبع أسلوب تكتيك أحادية الطرح والمعالجة عندما قال: "نحن نغير خريطة الشرق الأوسط" (الجزيرة، 2020/10/25)، متجاهلاً كافة الآراء المؤيدة والمناوئة وإقصائها في خطابه بشأن التطبيع. كما استشهد في لوح بياني عليه رسوم بيانية لممرات الطيران، مدلاً على حق دولة الاحتلال بالانتفاع من خيارات المنطقة العربية، دون

التقنية المرتبة العاشرة بنسبة (3%) وهي تعتبر من النسب الضئيلة. وفيها يتضح من خطابات قادة الاحتلال أن لديهم كافة الحقائق والمعلومات التي تثبت ذلك، حيث أظهر كوهين أن إسرائيل على اتصال مع أي جهة ودولة مستعدة للتحدث معها (الشفافية نيوز، 2020/10/19)، ما يشير إلى أن وجود دولة الاحتلال الإسرائيلي في المنطقة أصبح مشروعاً. وقد ذكر نتنياهو عبر حسابه على تويتر بأن صعوبات وصوله للإمارات كانت بسبب إلغاء زيارة ولي عهد الأردن إلى القدس نتيجة خلاف طرأ حول الإجراءات الأمنية التي اتخذها في القدس (الجزيرة، 2020/3/17)، الأمر الذي يدل على أن إجراءاته التي يتخذها بحق المدينة المقدسة هي مشروعة، ولا تستدعي وجود أي خلاف، كونه صاحب القرار فيما يتعلق بقضية القدس، وما يحدث فيها هو شأن داخلي، متجاهلاً أنها تشكل بؤرة الصراع. بدوره، قال غانتس: "إسرائيل قدمت تنازلات كثيرة عن ضم الضفة الغربية" (سما الإخبارية، 2021/10/11)، معتبراً أن إسرائيل صادقة في موقفها تجاه التطبيع مع الدول العربية، وأنها مستعدة لتقديم أي شيء مقابل التطبيع، في إشارة واضحة إلى "مصادقية" دولة الاحتلال.

وفي تقنية اللحاق بالركب يشعر الفرد بأنه بحاجة إلى المسايرة والتطابق مع الجماعة. وقد استغل قادة الاحتلال هذه الحاجة لدى بعض الدول العربية لدفعها للانضمام إلى اتفاقيات التطبيع، حيث حصلت هذه التقنية على المرتبة العاشرة مكرراً، ونسبتها (3%). ورغم أن هذه النسبة متدنية، إلا أنها ذات دلالة وتأثير مهم. فقد قال كوهين أن "السودان قد يكون أحدها (الدول المطبوعة) على سبيل المثال، لأن إسرائيل على اتصال مع أي جهة ودولة مستعدة للتحدث إلينا

الإشارة إلى ما تحقّقه الدول الأخرى من نتائج، فضلاً عن الرسائل المبطنة للفلسطينيين بأنهم أصبحوا في عزلة عن محيطهم العربي.

ويسعى قادة الاحتلال من خلال تقنية جذب الانتباه لكسب تأييد الجمهور، سواء من الدول العربية أو مواطني دولة الاحتلال، وذلك من خلال التركيز على أمور تم حياتهم واحتياجاتهم ومجالهم. جاءت هذه التقنية في المرتبة الحادية عشر مكرر بنسبة (2%) . أكد ننتياهو في خطاب له أن "بلداناً أخرى ستطّيع العلاقات مع إسرائيل" (الجزيرة، 2020/10/25)، وبذلك يسعى لجذب انتباه وإثارة الفضول لدى عدد كبير من الشعوب وقادة الدول العربية لمعرفة الدول التي ستطّيع. كما قال: "لقد اجتمعت مع ولي العهد في السعودية. وكان لدي لقاء مع ولي العهد في الإمارات. لا أريد أن أتوسع أكثر في ذلك" (الجزيرة، 2021/1/3). فهذه التصريحات تُعد قوية، خاصة أنها تضمنت علاقة مع دولتين من أقوى الدول اقتصادياً في المنطقة، في وقت كان يظن الكثيرون أن دولة الاحتلال محاطة بدول عربية معادية لا تقيم معها أية اتصالات. ولذلك، فإن هذا الخطاب يجذب انتباه الشعوب بشدة، ويحمل في طياته أسلوب "الأمر الواقع"، وتجاهل الدول غير المطبّعة، وفي نفس الوقت، دعوة مبطنّة لـ "الالتحاق بالركب".

* مناقشة النتائج

بناء على ما سبق من تحليل لخطابات القادة الإسرائيليين في سياق عملية التطبيع بين دولة الاحتلال وعدد من الدول العربية في الفترة التي غطتها هذه الدراسة، فقد خرج الباحثون بالنتائج التالية:-

١- **المصطلحات المستخدمة:** استخدم قادة الاحتلال المصطلحات الفاضلة والإيجابية، حيث تكرر كثيراً مصطلح "السلام" في خطاباتهم كمدخل لتسويق مخططاتهم من خلال جذب انتباه الناس وإثارة عواطفهم. كما اعتمد خطابهم الدعائي على الشعارات البرّاقة، حيث أطلقوا اسم "الاتفاقيات الإبراهيمية" على اتفاقات التطبيع مع بعض الدول العربية، بالإضافة إلى مصطلحات جذابة كـ "استراتيجية السلام" و"دولة إسرائيل الديمقراطية".

٢- **المعاني الكامنة:** فقد اعتمد قادة الاحتلال بشكل كبير على إخفاء أمور مهمة في تصريحاتهم، وهو ما يصبّ في عملية التضليل بهدف التركيز على أمور أخرى يتم إظهارها. فمثلاً صدرت تصريحات عن وجود اتصالات بين قادة الاحتلال وبين دول عربية ولم يتم ذكر أسماء تلك الدول. كما أنهم عملوا على إخفاء بعض المعاني في خطاباتهم، كتطلعاتهم لخطط مستقبلية تسعى إلى تعزيز العلاقات مع جميع الدول في المنطقة العربية بما فيها فلسطين، مما يؤدي إلى جعل روايتهم لدى المتلقي وكأنها الحقيقة الوحيدة المفروغ منها.

٣- **الموضوعات الظاهرة:** تحدث قادة الاحتلال بشكل واضح عن الأهمية الاستراتيجية والاقتصادية والأمنية لعلاقات التطبيع مع الدول العربية، حيث قالوا بأنّها تحل مشكلة غلاء المعيشة، وأنّها ستعمل على ازدهار الاقتصاد داخل دولة الاحتلال، بالإضافة إلى التقليل من تكاليف وأعباء السفر إلى الدول الآسيوية والمرور عبر المحيط الأطلسي، وتسهيل عملية استيراد البضائع.

٤- **التقنيات الدعائية السردية الإسرائيلية في التطبيع والتحرّيش:** برزت العديد من التقنيات الدعائية التي

يستخدمها قادة الاحتلال في خطاباتهم بشأن التطبيع مع الدول العربية، مثل: تقنية العموميات البراقة، وتقنية خلق الإستعداد، وتقنية حشد التأييد الشعبي، وتقنية الشمل الجماعي، وغيرها من التقنيات التي تضمنها التحليل في هذا البحث. وكانت جميعها تحمل في طياتها معانٍ تحريضية ضد الشعب الفلسطيني، ورسائل خفية تظهر أنه أصبح في عزلة جغرافية وسياسية واجتماعية تفصله عن باقي الشعوب العربية، وأنه أصبح وحيداً في الصراع مع الاحتلال.

* التوصيات

بناءً على نتائج الدراسة التحليلية للخطابات، يوصي الباحثون:

١- الوسائل الإعلامية وصناع المحتوى الفلسطيني بضرورة توعية المجتمعات العربية، وحمايتها من محاولات الاحتلال دفعها للتراجع عن مواقفها تجاه القضية الفلسطينية، ومواجهة الخطاب الاسرائيلي الذي يحمل معانٍ خفية وخطيرة ومغلفاً بالكلام المعسول الذي يسعى لتضليل الشعوب العربية.

٢- أصحاب القرار والسياسيين الفلسطينيين بالعمل على تفعيل الخطاب المضاد لخطاب قادة الاحتلال بهدف تنفيذ روايتهم، وصد أي محاولة لزعزعة الثوابت الفلسطينية لدى الشباب العربي وتشيت أفكارهم.

٣- قيام الباحثين بمزيدٍ من الأبحاث والدراسات حول الدور الدعائي لخطابات قادة الاحتلال التي تستهدف الشعوب العربية للتأثير على مواقفها تجاه القضية الفلسطينية.

٤- وزارة الإعلام الفلسطينية بضرورة تفعيل دور الإعلام الفلسطيني نقل الأخبار عن المصادر العربية وترجمتها حتى يتمكن الفلسطينيون من فهم التقنيات الدعائية والأكاذيب التي يستخدمها قادة الاحتلال وإعلامه، الذي يسعى لقبول الحقائق،

والعمل على غرس الرؤية والأفكار الإسرائيلية لدى الشعوب العربية، خاصة في ظل الاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي وسهولة الوصول إلى الجمهور المتلقي في الدول العربية.

٥- وسائل الإعلام الفلسطينية بإنشاء صفحات على مواقع على وسائل التواصل الاجتماعي بلغات متعددة، بما فيها اللغة العربية، بهدف نقد الرواية الإسرائيلية، وكشف خطاب الكراهية الذي تحمله تلك الرواية، وتقنيات القوة الناعمة المستخدمة في استخدام الخطاب المتعلق بالتطبيع كأداة لتنفيذ مخططاتهم في تكريس وجود دولة الاحتلال، وتصفية القضية الفلسطينية، وإحكام السيطرة على المنطقة العربية.

* الخاتمة

من خلال استقراء خطابات قادة الاحتلال الإسرائيلي تجاه التطبيع مع الدول العربية في هذه الدراسة، تظهر لنا جلياً خطورة التقنيات الدعائية التي يستخدمها قادة الاحتلال في تصريحاتهم وخطاباتهم بهدف خدمة الرواية الصهيونية والترويج لإقامة علاقات استراتيجية وثقافية واقتصادية مع مواطني وقادة الدول العربية، فيما تنقلها الوسائل الإعلامية العربية والعربية والدولية المتنوعة، فيعكف قادة الاحتلال على تكرار تلك التصريحات خلال زيارتهم وعقد المؤتمرات والاتفاقيات المختلفة مع بعض الدول العربية، عدا عن الاتصالات السرية فيما بينهم، في محاولة للتحكم في مصائر الشعوب العربية واستمالة عواطفهم عبر التحريض وتشيت الرأي العام الداعم للقضية الفلسطينية، وبذلك ينجحون في تنفيذ مخططاتهم للسيطرة على المنطقة العربية شيئاً فشيئاً، ومن ثم إضعاف الروح المعنوية للشعب الفلسطيني، وتبرير جرائم الاحتلال وانتهاكاته المتواصلة بحق الفلسطينيين،

العلاقات الإسرائيلية العربية بعد موجة العلاقات
الدبلوماسية العربية الإسرائيلية

الأخيرة. <https://bit.ly/3htPiUi>

أبو شنب، حمزة، (2017) الخطاب الدعائي الإسرائيلي
خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع
التواصل الاجتماعي "فيس بوك" دراسة تحليلية.

[122639.pdf \(iugaza.edu.ps\)](https://www.iugaza.edu.ps/jugaza/122639.pdf)

خليفة، حسين، (2020) آليات الخطاب الإعلامي للصحف
الإلكترونية المصرية في معالجة أزمة تيران وصنافير
بين السعودية ومصر: دراسة كيفية
نقدية. [article_132538_939c4dd72dbfc9d3a6f6104a4b52f3be.pdf](https://www.iugaza.edu.ps/jugaza/article_132538_939c4dd72dbfc9d3a6f6104a4b52f3be.pdf)

دويكات، سما (2020) الصراع العربي- الإسرائيلي في
الخطاب السياسي للناطق الرسمي للجيش
الإسرائيلي. سما دويكات ([najah.edu](https://www.najah.edu/pdf)) pdf.

السامر، عبد السلام، (2015) أساليب الدعاية الأمريكية في
العراق دراسة لبيانات سلطة الائتلاف المؤقتة
لقوات الجيش الأمريكي بعد عام 2003.

[+sabaa.edu.sj/Uploads/6\(1\).pdf](https://www.sabaa.edu.sj/Uploads/6(1).pdf)

صالح، علي الكرار (2019) سيميائية الخطاب الدعائي في
مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة سيميائية
للتقارير الإخبارية في موقع قناة "مكان"
الإسرائيلية.

سيميائية+الخطاب+الدعائي+في+مواقع+التواصل
+الاجتماعي+دراسة+سيميائية+للتقارير+الإخبار
ية+في+موقع+قناة+مكان_+الإسرائيليةpdf.

فيما يعملون على حشد الرأي العام الإسرائيلي وتعبئته نحو
ضرورة موالاة خطاب التطبيع، وذلك مقابل إيجاد حلول
وتسهيلات تخفف من أعباء الحياة العامة لديهم في هذه
المنطقة.

* المراجع

أولاً- المراجع العربية

الأقطش، نشأت، (1999) الدعاية الإعلامية، ط1، الخليل،
مركز الوطن.

الشحف، فريد، (2015) الدعاية والتضليل الإعلامي
(الأساليب والطرق)، ط1، دمشق، دار علاء
الدين.

حمزة، عبد اللطيف، (1968)، الإعلام والدعاية، ط1،
بغداد، مطبعة المعارف.

حمدان، غسان، (1989)، التطبيع استراتيجية الاختراق
الصهيوني، بيروت، دار الأمان.

عزت، محمود، (2015)، الدعاية والحرب النفسية، ط1،
عمّان، دار الإعصار العلمي.

هبيي، هادي، (2019)، الإعلام العربي والدعاية الصهيونية،
بغداد، دار الجمهورية.

يطاوي، محمد، (2019)، التحليل النقدي للخطاب مفاهيم
ومجالات وتطبيقات، ط1، برلين، المركز
الديمقراطي العربي.

وهبه، طلال (مترجم)، نصر، نجوى (مراجع)، (2009)،
نورمان فار كلوف تحليل الخطاب، ط1، بيروت،
المنظمة العربية للترجمة.

أبو شعيشع، محمد (2022) آليات الخطاب الإعلامي
الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتصوير

حسونة، نسرين، (2015) نظريات الإعلام والاتصال.

نظريات الإعلام والاتصال (PDF)
(alukah.net)

خضر، مجد (2016)، خطوات تحليل المضمون.

<https://bit.ly/2X8OzN5>

الراجحي، عادل، (2016)، التطبيع.. أصبح العدو اللدود

صديقاً حميماً.

<https://bit.ly/3WrDEsQ>

سنحقي، رانيا (2021)، تعريف الخطاب.

<https://bit.ly/2UFDDo1>

السروري، مطيع (2016) ما هو الخطاب؟ وما هي

الممارسات

الخطابية؟ <https://bit.ly/3VX1C0B>

صبيح، يسرا، سمير، رشا (2020)، الخطاب الدعائي

الإسرائيلي عبر مواقع التواصل

الاجتماعي. [PDF] الخطاب الدعائي الإسرائيلي

عبر مواقع التواصل الاجتماعي Semantic |

Scholar

عايش، محمد (2022)، مونديال قطر الذي أعاد فلسطين

للواحة. <https://bit.ly/3Wewp6I>

المركز العربي للدراسات والأبحاث والسياسات (2020)،

التطبيع العربي مع إسرائيل: مظاهره، ودوافعه.

Arab-Normalization-with-

Israel-its-Manifestations-and-

Motives.pdf (dohainstitute.org)

المصري، صالح (2019) دراسة الخطاب الإسرائيلي: النشأة

والأساليب والأهداف والدعاية الموجهة نحو مسيرة

صيفي، فراس، وعيسى، منال، (2022) مدى توظيف

تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش

الاحتلال الإسرائيلي على تطبيق (تك توك) خلال

حرب قطاع غزة عام 2021م. مدى توظيف

تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش

الاحتلال الإسرائيلي (ajsp.net).pdf

عبد المنعم، إيمان، (2022) الأطر الإعلامية للدعاية العسكرية

الإسرائيلية على موقع تويتر: دراسة تحليلية لصفحة

المتحدث الرسمي باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي

"افخاي

ادري". <https://bit.ly/3hpJg71>

غلام، خالد، الثلب، حمزه، (2019) آليات الخطاب

الإعلامي لصحف الليبية دراسة تحليلية لصحيفتي

الصباح وليبيا الاخبارية. تحليل-الخطاب-

الإعلامي-نموذج.pdf

نعيم، هدى (2017) الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة

العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات

التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة.

<https://bit.ly/3EHEr2c>

أبو عودة، يحيى (2011) جدلية العلاقة بين الدين والسياسة

في إسرائيل وأثرها على اتجاهات التسوية.

20084242.pdf (alazhar.edu.ps)

أشرف، دعاء (2020)، ما هو التطبيع.

<https://bit.ly/3EzT6N0>

حسن، لبابة (2019) تعريف الخطاب وأنواعه. تعريف

الخطاب وأنواعه - سطور (sotor.com)

الجزيرة، (2021)، نتياهو يعتزم زيارة الإمارات غدا

الخميس ويتحدث عن علاقات تطبيع جديدة مع

4 دول عربية، موقع الجزيرة.

<https://bit.ly/3Pv2DYZ>

دنيا الوطن، (2020)، نتياهو: إسرائيل ستوقع اتفاقيات

سلام مع دول أخرى، موقع دنيا الوطن، رام

الله. <https://bit.ly/3ByAfQ8>

الشرق الأوسط، (2020)، نتياهو يعلن زيارة قريبة للبحرين

مرشح مع ولي عهد أبوظبي لـ«نوبل» للسلام...

وكانتس يمنع وفداً أمنياً من زيارة السودان، موقع

جريدة الشق

الأوسط. <https://bit.ly/3UTjVjL>

الشفافية نيوز، (2020)، رئيس الموساد يتحدث عن آليات

"التطبيع" مع الدول العربية، موقع الشفافية

نيوز. <https://bit.ly/3V0cibg>

سما الإخبارية، (2021)، كانتس يكشف عن الثمن الذي

دفعته إسرائيل مقابل التطبيع مع الدول العربية،

موقع وكالة سما

الإخبارية. <https://bit.ly/3FS2prB>

شينخوا، (2020)، نتياهو يتوجه إلى واشنطن الأسبوع

المقبل لتوقيع اتفاقية سلام بين إسرائيل والإمارات،

موقع وكالة

شينخوا. <https://bit.ly/3uSCHgm>

شينخوا، (2020)، اتفاقات السلام حولت إسرائيل إلى

مفترق طرق رئيسي بحري وجوي، موقع عربي

نيوز، وكالة

شينخوا. <https://bit.ly/3HB7fL8>

الكبرى

العودة

<https://bit.ly/3sSCAR6>

المنصور، عرين (2022) أدوات المنهج المسحي.

<https://bit.ly/3fYAADM>

مهدي، ليني (2022)، ما هي خصائص تحليل المضمون في

البحث الإعلامي؟ ما

النتشة، سليم (2019) استراتيجيات الدعاية الإسرائيلية.

<https://bit.ly/3DzneWs>

نجم، طه (2022) خطوات تحليل المضمون. خطوات تحليل

المضمون - 4- اختيار وتحديد وحدة تحليل

المضمون (almerja.com)

نسمة (2019)، مفهوم الخطاب الاعلامي. مفهوم الخطاب

الإعلامي | الرسائل (almrsal.com)

بي بي سي، (2020)، التطبيع: نتياهو يقول إن الاتفاقيات

مع دول عربية "تنتهي عزلة إسرائيل الجغرافية"،

موقع بي بي سي نيوز

عربي. <https://bbc.in/3Pr1hhO>

الجزيرة، (2020)، نتياهو: اتفاقنا مع الإمارات تاريخي

وخطط بسط سيادتنا على الضفة مستمرة، موقع

الجزيرة

رويترز. <https://bit.ly/3Yppucv>

الجزيرة، (2020)، قال إنها أنهت عزلة إسرائيل.. نتياهو:

اتفاقات السلام جيدة للأمن والقلب والجيب،

موقع الجزيرة. <https://bit.ly/3Fvww2J>

الجزيرة، (2021)، نتياهو يعترف بزيارة دول عربية لا تقيم

علاقات مع إسرائيل ويتحفظ على أسمائها، موقع

الجزيرة. <https://bit.ly/3FUihKi>

Lee, A., & Lee, e. (1939) The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches. <https://archive.org/details/LeeFineArt/mode/2up>

Qaddoura, Raed, (2017). Israel's Propaganda Strategies: Case Study of the Protective Edge in Gaza 2014. <https://bit.ly/3TQC1nu>

Suwarno, S., & Sahayu, W. (2020). Palestine and Israel Representation in the National and International News Media: A Critical Discourse Study. [Palestine_and_Israel_Representation_in_the_National_and_International_News_Media:_A_Critical_Discourse_Study.pdf](https://bit.ly/3TQC1nu)

Said, Safaa, (2020) The Propaganda in New Media, "The Israeli Propagandist Discourse in Digital Media toward Arab Public in the Middle East". [639017.pdf \(kocaeli.edu.tr\)](https://bit.ly/3TQC1nu)

عاجل، (2021)، وزير خارجية إسرائيل يفتتح سفارة بلاده بالإمارات.. وواشنطن ترحب، موقع عاجل. <https://bit.ly/3j3b6qm>

العين الإخبارية، (2020)، نتنياهو يشكر ترامب: الاتفاقيات الإبراهيمية عهد جديد من السلام، موقع العين الإخبارية. <https://bit.ly/3j6G4hn>

العين الإخبارية، (2021)، إسرائيل بعد عام من اتفاق إبراهيم: منعت الضم وفتحت آفاق السلام، موقع العين الإخبارية. <https://bit.ly/3Wnwk3>

معاريف العبرية، (2021)، غانتس يكشف عن الدولة العربية التي يريد "دفعها" للتطبيع مع إسرائيل، موقع آرتي عربي. <https://bit.ly/3FBHXdw>

يدعوت أحرانوت، (2021)، يدعوت أحرانوت: "4 أبريل اتفاقيات تطبيع أخرى مرتقبة.. التلميح والدعوة إلى بايدن، موقع قناة الميادين. <https://bit.ly/3BB71Qv>

ثانياً- المراجع الأجنبية

Boujelbene, Ons. (2020) Israeli Propaganda Methods in the New Arabic Speaking Media Concerning Cultural Normalization. [639281.pdf \(kocaeli.edu.tr\)](https://bit.ly/3BB71Qv)

Al-Kubaisi, Hissa, (2022) Leadership Transitions and Foreign Policy Shifts: The Cases of Qatar and the UAE. Honors - Final Draft. [\(georgetown.edu\)](https://bit.ly/3BB71Qv)